

Digitized by the Internet Archive  
in 2023 with funding from  
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761117268268>











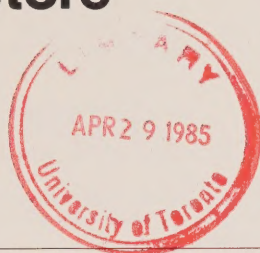








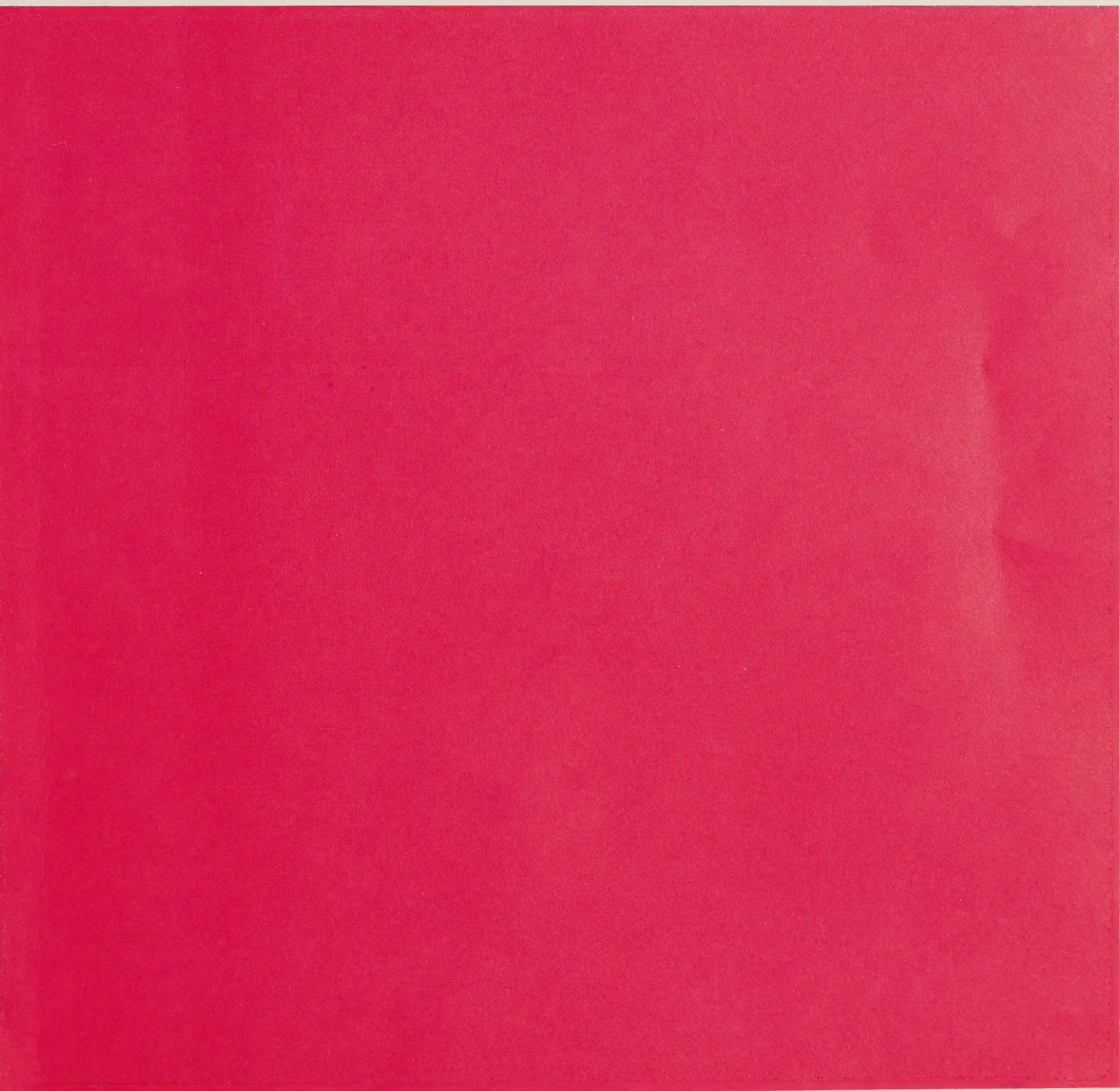
# Department store sales and stocks



January 1985

# Ventes et stocks des grands magasins

Janvier 1985





## Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

## How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,  
Merchandising and Services Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 990-9665) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (966-6586)	Vancouver (666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 2-2015

## How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores; through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

## Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section de commerce détail,  
Division du commerce et des services,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 990-9665) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (966-6586)	Vancouver (666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 2-2015

## Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

## Statistics Canada

Merchandising and Services Division  
Retail Trade Section

# Department store sales and stocks

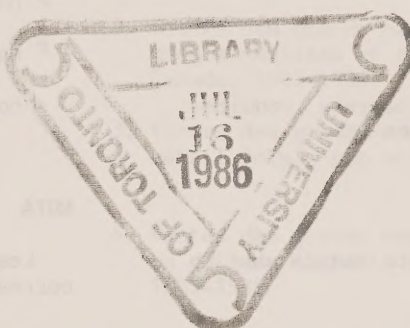
January 1985

## Statistique Canada

Division du commerce et des services  
Section du commerce de détail

# Ventes et stocks des grands magasins

Janvier 1985



Published under the authority of  
the Minister of Supply and  
Services Canada

© Minister of Supply  
and Services Canada 1985

April 1985  
5-3406-503

Price: Canada, \$13.00, \$130.00 a year  
Other Countries, \$14.00, \$140.00 a year

Payment to be made in Canadian Funds or Equivalent

Catalogue 63-002, Vol. 50, No. 1

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par  
le ministre des Approvisionnements et  
Services Canada

© Ministre des Approvisionnements  
et Services Canada 1985

Avril 1985  
5-3406-503

Prix: Canada, \$13.00, \$130.00 par année  
Autres pays, \$14.00, \$140.00 par année

Paiement en dollars canadiens ou l'équivalent

Catalogue 63-002, vol. 50, n° 1

ISSN 0380-7045

Ottawa



## SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or, in this publication less than half unit expressed.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- <sup>r</sup> revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

## NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

## A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM staff, Current Economic Analysis Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-990-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- . A.R. Tanner, Chief, Merchandising and Services Division, Retail Trade Section
- . L.M. Kwilecki, Economists
- . J. Brunette, Unit Head

## SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou, dans la présente publication, inférieur à la moitié de l'unité exprimée.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- <sup>r</sup> nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

## NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

## NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM, Division de l'analyse de conjoncture, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-990-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- . A.R. Tanner, chef, Division du commerce et des services, Section du commerce de détail
- . L.M. Kwilecki, économistes
- . J. Brunette, chef de sous-section

## TABLE OF CONTENTS

	Page
<b>Introduction</b>	vii
<b>Charts</b>	
1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	viii
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	viii
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1983-1985	ix
4. Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1983-1985	x
5. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1983-1985	x
6. Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xi
<b>Highlights</b>	xiii
<b>Table</b>	
1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985	2
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	8

## TABLE DES MATIÈRES

	Page
<b>Introduction</b>	vii
<b>Graphiques</b>	
1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1983-1985	viii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1983-1985	viii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail Total, par mois, Canada, 1983-1985	ix
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1983-1985	x
5. Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	x
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisation	xi
<b>Points saillants</b>	xiii
<b>Tableau</b>	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	2
2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1984 et 1985	4
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1984 et 1985	6
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	6
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	8
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	8



## TABLE OF CONTENTS - Continued

## TABLE DES MATIÈRES - suite

	Page
<b>Table</b>	
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	19
17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	19
18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	20
19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	20
20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	21
21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	21

	Page
<b>Tableau</b>	
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	10
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	10
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1984 et 1985	12
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	12
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	14
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	14
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	16
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	16
15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	18
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1984 et 1985	19
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	19
18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	20
19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	20
20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	21
21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	21

## TABLE OF CONTENTS - Concluded

Table	Page
22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1983-1985	22
23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1983-1985	23
24. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1984 and 1985	24
25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985	26
26. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985	28
27. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, 1984 and 1985	30
28. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1983-1985	32
29. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	32
30. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1984 and 1985	34
<b>Appendix</b>	
I. Definitions	39
II. Methodology	41
III. Data Reliability	43
IV. Seasonal Adjustment	47
Revision Procedures	49
Number of Shopping Days	50
V. Constant Dollar Estimates	51
Data Confidentiality	51
Explanatory Notes	53
VI. List of Department Store Organizations	55
<b>Selected Publications</b>	
Department Store Commodity Reference List	59

## TABLE DES MATIÈRES - fin

Tableau	Page
22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1983-1985	22
23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1983-1985	23
24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	24
25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1984 et 1985	26
26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	28
27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	30
28. Montants à recevoir, non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	32
29. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	32
30. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1984 et 1985	34
<b>Appendices</b>	
I. Définitions	39
II. Méthodologie	41
III. Fiabilité des données	43
IV. Désaisonnalisation	47
Procédures de révision	49
Nombre de jours commerciaux	50
V. Estimations en dollar constants	51
Confidentialité des données	51
Notes explicatives	53
VI. Liste des organisations de grands magasins	55
<b>Choix de publications</b>	
Répertoire des marchandises des grands magasins	59





## INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Merchandising and Services Division, to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

## INTRODUCTION

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division du commerce et des services. (Le recensement mesure également les activités des "établissements", toutefois cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.



Chart — 1

Graphique — 1

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1983-1985

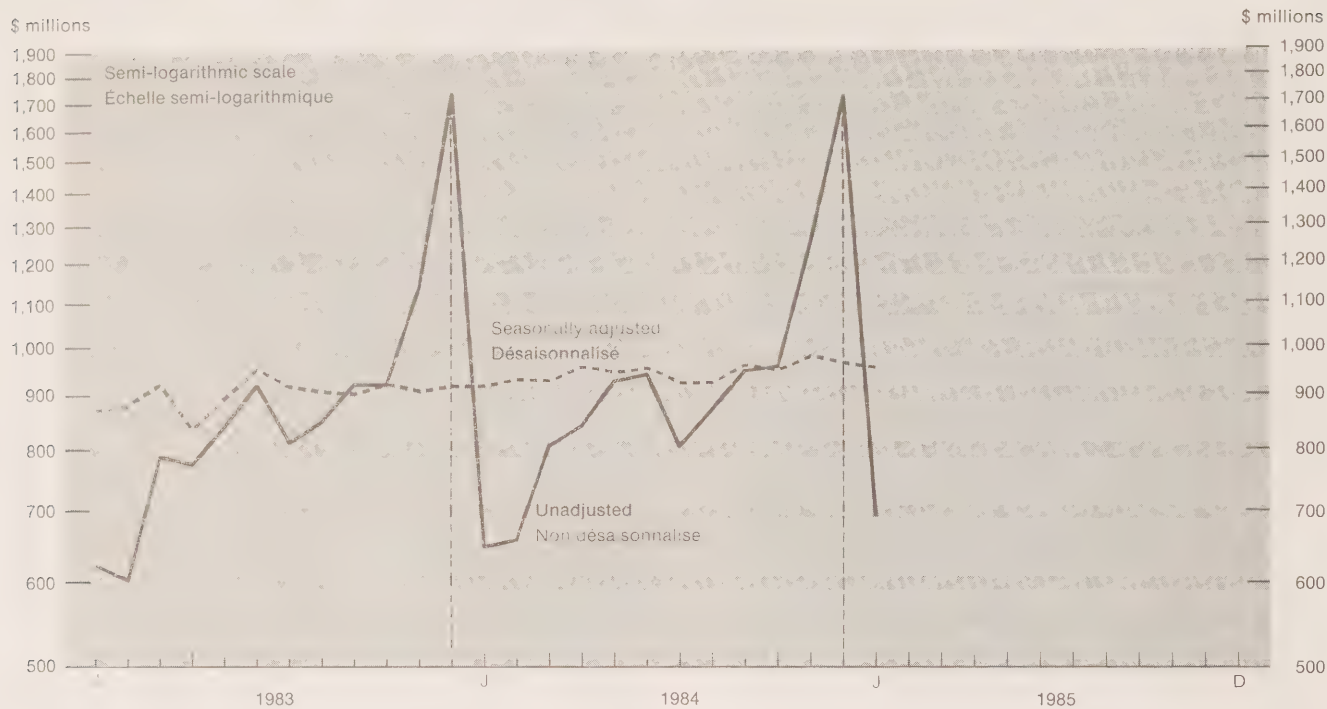


Chart — 2

Graphique — 2

Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1983-1985

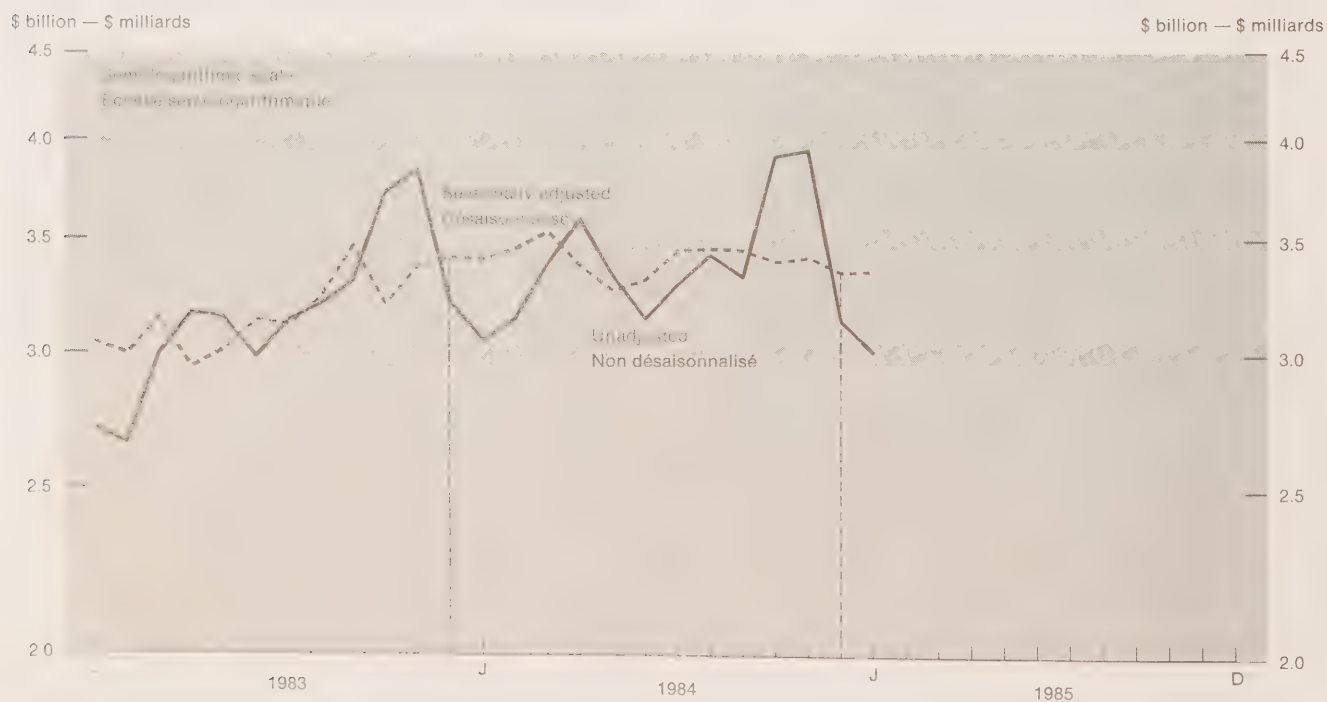


Chart — 3

Graphique — 3

Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month. Canada, 1983-1985

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois. Canada, 1983-1985

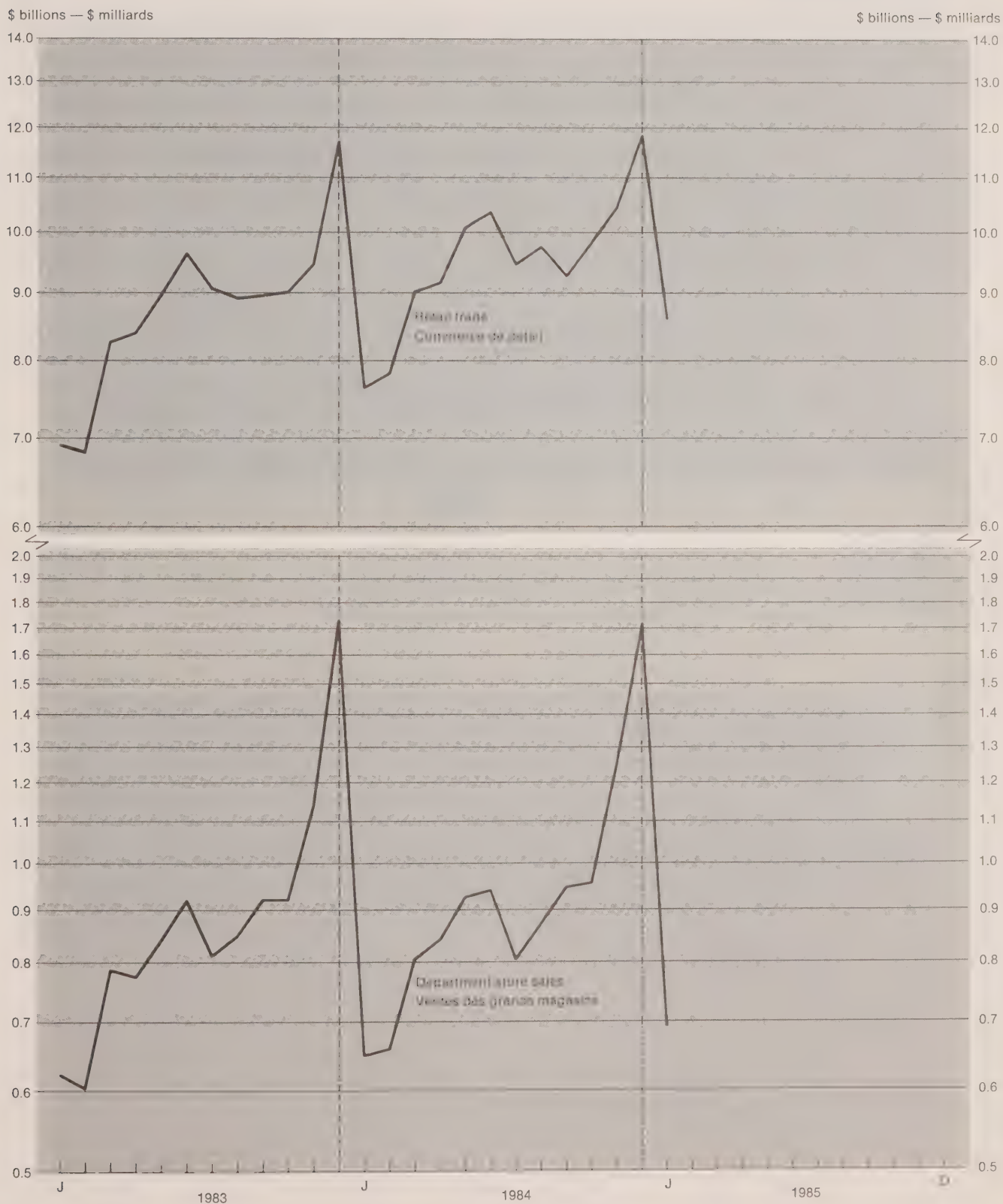




Chart — 4

Graphique — 4

## Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1983-1985

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1983-1985

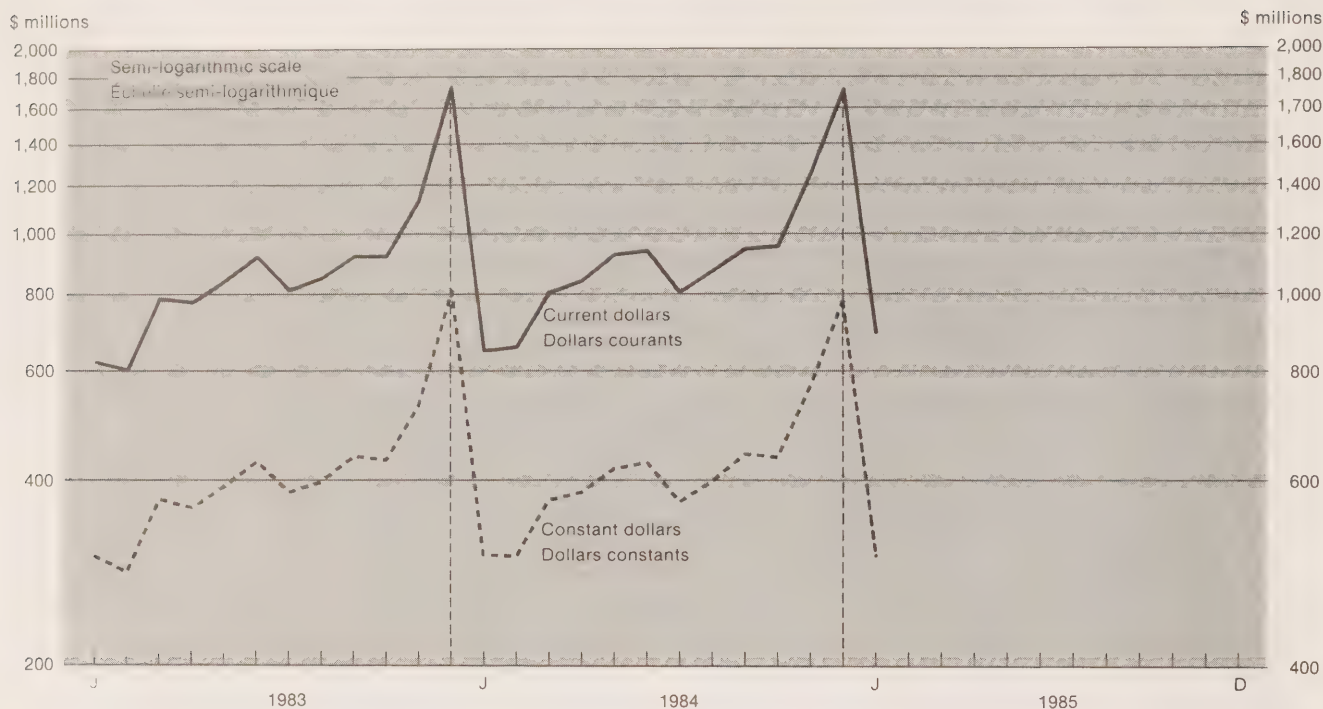
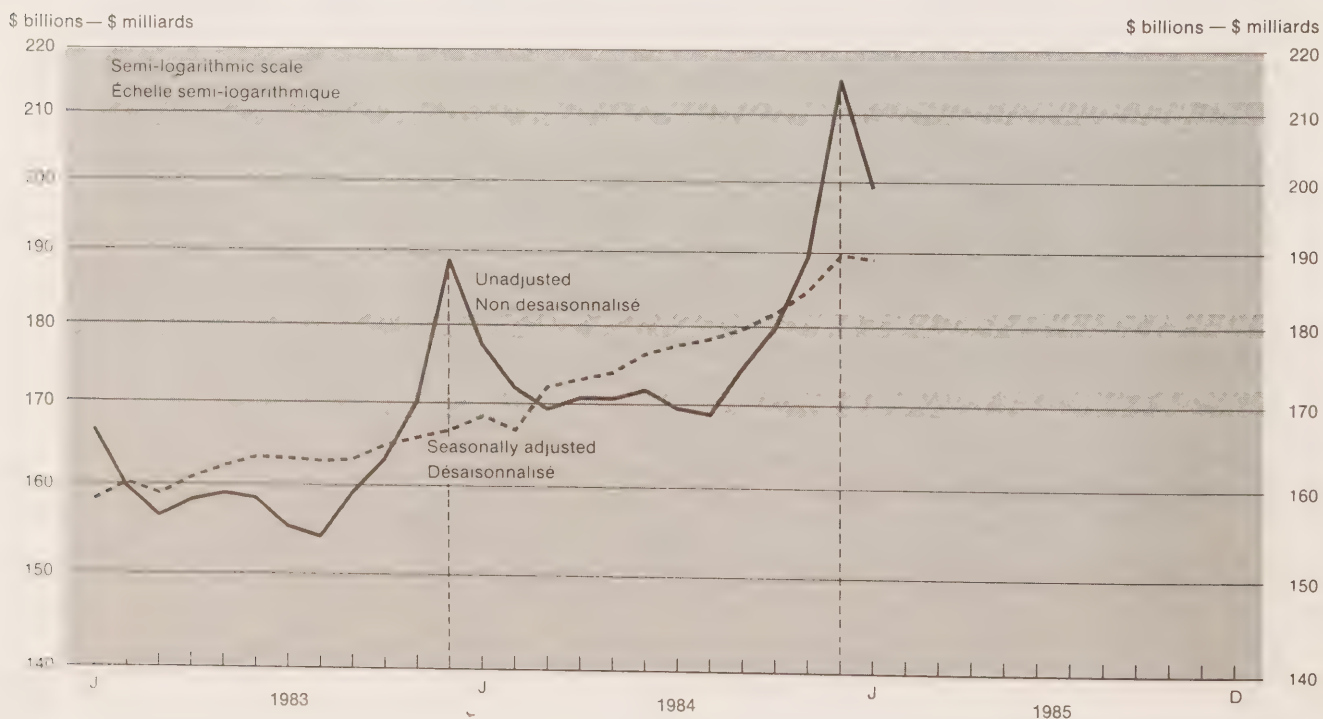


Chart — 5

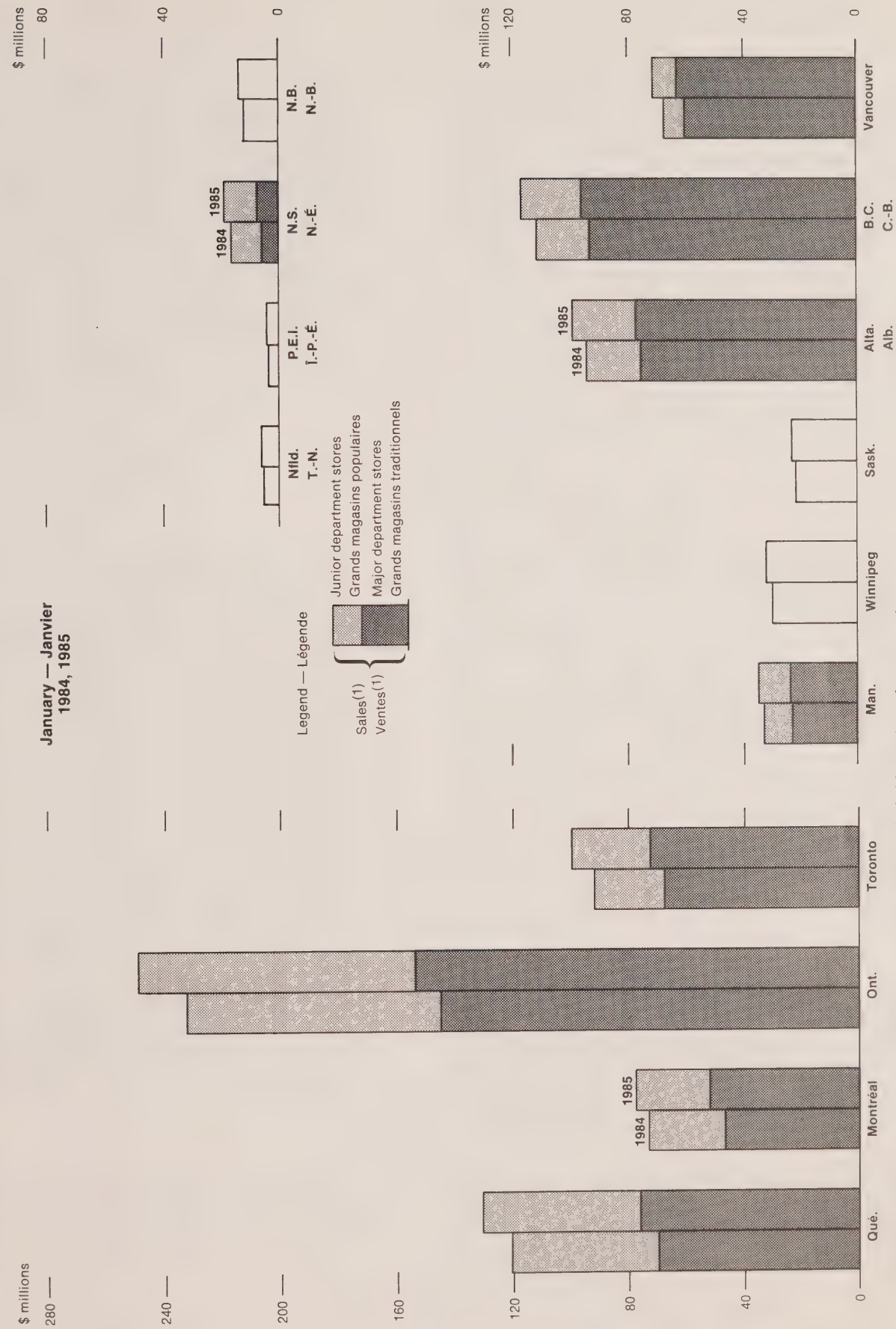
Graphique — 5

## Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1983-1985

Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985



Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization  
Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations



(1) For reasons of confidentiality, the split between the two groups (Major — Junior) is not shown for some regions.  
(1) Pour des raisons de confidentialité, nous ne montrons pas, pour certaines régions, la subdivision en deux groupes (Traditionnels — Populaires).





## HIGHLIGHTS

### Seasonally Adjusted Sales

- o Adjusted for seasonal variations and the number of trading days, total department store sales in January 1985 decreased 1.1% to \$954.6 million from the revised December 1984 level of \$965.4 million. Among the 20 departments recording lower sales, the largest decreases were reported in lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings (- 14.7%), gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies (- 13.2%) and floor coverings (- 12.5%). The most notable gains were recorded in toys and games (+ 21.2%), millinery (+ 17.4%) and repairs and services (+ 11.6%).

### Unadjusted Sales

- o In January 1985, unadjusted sales of department stores totalled \$692.7 million, up 6.7% over the January 1984 level. Sales were higher in 31 of the 40 departments, with the largest increases being reported in hardware, paints, wallpaper, etc. (+ 28.2%), repairs and services (+ 23.9%) and toys and games (+ 23.5%). The most notable decreases were recorded in piece goods (- 23.2%), gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies (- 18.8%) and plumbing, heating and building materials (- 13.9%). All provinces reported sales increases with advances ranging from 14.6% in Nova Scotia to 4.7% in British Columbia. Of the 10 metropolitan areas surveyed, only Quebec City reported lower sales (- 1.6%) in comparison with the previous year, while the remaining metropolitan areas registered sales increases ranging from 19.5% in Halifax-Dartmouth to 2.9% in Edmonton.

- o Sales by major department stores in January 1985 reached \$453.7 million, up 4.7% from the corresponding month last year, while junior department stores had sales of \$239.0 million, up 10.6% over the same period.

- o Department store sales constituted 8.0% of total retail trade in Canada in January 1985, a notable decline from the 8.5% share held in January 1984.

## POINTS SAILLANTS

### Ventes désaisonnalisées

- o Les ventes des grands magasins, corrigées en fonction des variations saisonnières et du nombre de journées d'affaires, ont diminué de 1.1% en janvier 1985 en regard de l'estimation révisée de décembre 1984 de \$965.4 millions pour ainsi s'établir à \$954.6 millions. Des 20 rayons à avoir enregistré des ventes inférieures par rapport au mois précédent, on a constaté les baisses les plus marquées pour les rayons de lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison (- 14.7%), d'essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures (- 13.2%) et de revêtements de plancher (- 12.5%). Les hausses les plus fortes ont été signalées par les rayons de jouets et jeux (+ 21.2%), de chapeaux (+ 17.4%) et de services et travaux de réparation (+ 11.6%).

### Ventes non désaisonnalisées

- o Les ventes non désaisonnalisées des grands magasins ont totalisé \$692.7 millions en janvier 1985, soit 6.7% de plus qu'en janvier 1984. Les ventes se sont accrues dans 31 des 40 rayons parmi lesquels les hausses les plus marquées ont été signalées par les rayons de quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. (+ 28.2%), de services et travaux de réparation (+ 23.9%) et de jouets et jeux (+ 23.5%). Les baisses les plus notables ont été indiquées par les rayons de tissus à la pièce (- 23.2%), d'essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures (- 18.8%) et du matériel de plomberie, chauffage et construction (- 13.9%). Toutes les provinces ont signalé des gains variant de 14.6% en Nouvelle-Écosse à 4.7% en Colombie-Britannique. Des dix régions métropolitaines enquêtées seulement Québec a signalé une baisse des ventes de 1.6%. Les hausses des ventes ont varié de 19.5% à Halifax-Dartmouth à 2.9% à Edmonton.

- o Les ventes attribuables aux sociétés de grands magasins traditionnels, en janvier 1985, ont totalisé \$453.7 millions, soit une augmentation de 4.7% par rapport au mois correspondant un an plus tôt. Les sociétés de grands magasins populaires, pour leur part, ont enregistré des ventes s'élevant à \$239.0 millions, soit une hausse de 10.6% par rapport au mois de janvier 1984.

- o Les ventes totales des grands magasins ont représenté, à elles seules, 8.0% de l'ensemble du commerce de détail au Canada en janvier 1985, il s'agit d'une notable baisse comparativement à la part de 8.5% détenue en janvier 1984.



- o In January 1985, there were 798 retail locations operated by department store organizations, seven less than in December 1984 and two less than in January 1984. Of this total number, 323 locations were operated by major department store organizations and 475 by junior department store organizations. The decrease in the number of stores operated in January 1985 in comparison with the previous month was due to the reclassification of seven department stores to other kinds of business.

#### Stocks

- o The unadjusted selling value of inventories held by department stores in January 1985 was \$3,014.1 million, down 1.4% from the same month a year earlier. Seasonally adjusted, department store stocks totalled \$3,358.9 million in January 1985, up 0.3% from the previous month's revised value of \$3,347.2 million.

- o En janvier 1985, on a dénombré 798 points de vente exploités par les sociétés de grands magasins, soit sept de moins qu'en décembre 1984 et deux de moins qu'en janvier 1984. De ce total, 323 ont été exploités par les sociétés de grands magasins traditionnels et 475 par les sociétés de grands magasins populaires. Le nombre de points de vente en exploitation a diminué en janvier 1985 par rapport au mois précédent à cause de la reclassification de sept magasins à d'autres genres de commerce.

#### Stocks

- o La valeur marchande, non désaisonnalisée, des stocks détenus en janvier 1985 a diminué de 1.4% par rapport au mois correspondant de l'année dernière pour s'établir à \$3,014.1 millions. La valeur désaisonnalisée des stocks a, quant à elle, connue une augmentation de 0.3% par rapport au mois précédent (\$3,374.2 millions - chiffre révisé) et s'est chiffrée à \$3,358.9 millions en janvier 1985.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985

Department	No.	1985	1984					
		January	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms		8,874	8,375	10,406	13,665	16,844	19,286	19,888
2 Women's and misses' coats and suits		13,173	12,756	14,375	18,288	16,828	10,534	7,793
3 Women's and misses' sportswear		33,168	31,950	37,338	48,982	50,416	60,068	63,841
4 Furs		5,132	5,201	2,564	2,049	700	493	481
5 Infants' and children's wear and nursery equipment		18,395	17,560	17,322	21,806	25,779	21,083	23,512
6 Girls' and teenage girls' wear		8,782	7,714	10,655	15,635	15,836	15,633	15,645
7 Lingerie and women's sleepwear		11,854	11,154	12,591	15,397	15,880	19,313	19,087
8 Intimate apparel		9,084	8,251	8,141	10,711	10,621	11,213	12,091
9 Millinery		1,561	1,340	1,004	1,138	1,488	1,254	1,237
10 Women's and girls' hosiery		8,568	8,297	8,254	10,869	11,074	10,962	9,256
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories		10,190	9,054	8,792	12,510	13,928	15,429	13,606
12 Women's, misses' and children's footwear		15,400	14,232	15,297	22,432	27,642	25,678	25,178
13 Men's clothing		23,439	21,676	22,984	32,618	33,525	34,572	41,694
14 Men's furnishings		26,340	24,848	26,576	37,241	37,990	40,816	58,020
15 Boys' clothing and furnishings		7,737	7,153	7,780	10,777	13,237	11,665	12,117
16 Men's and boys' footwear		10,686	9,173	9,875	14,201	18,146	15,772	18,786
17 Food and kindred products		51,943	48,474	59,462	51,939	59,139	64,641	54,729
18 Toiletries, cosmetics and drugs		44,216	39,382	40,794	47,069	43,950	48,677	45,681
19 Photographic equipment and supplies		8,703	9,357	8,779	9,687	9,610	11,290	13,644
20 Piece goods		2,811	3,661	3,708	4,441	3,605	4,050	3,558
21 Linens and domestics		31,419	28,974	16,292	22,485	22,099	27,669	28,501
22 Smallwares and notions		9,279	8,724	6,672	8,092	7,012	6,889	6,424
23 China and glassware		7,214	6,355	8,525	9,984	8,457	12,938	10,129
24 Floor coverings		8,858	9,787	9,703	12,514	12,374	11,857	11,254
25 Draperies, curtains and furniture coverings		9,912	10,217	11,522	14,234	15,239	16,624	15,888
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings		5,574	6,126	5,822	7,141	7,151	7,527	6,677
27 Furniture		42,748	37,999	33,630	42,302	41,740	51,428	49,919
28 Major appliances		39,968	37,198	33,120	41,304	39,477	44,187	50,905
29 Television, radio and music		32,854	33,133	30,911	39,251	32,923	33,221	32,218
30 Housewares and small electrical appliances		25,546	23,469	28,562	25,904	28,731	33,348	34,990
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.		20,909	16,312	16,417	22,192	26,323	38,015	35,462
32 Plumbing, heating and building materials		6,881	7,988	7,704	9,049	11,218	12,535	14,602
33 Jewellery		10,837	10,284	12,364	16,434	16,769	20,863	19,195
34 Toys and games		12,558	10,169	12,520	16,360	17,508	18,307	17,069
35 Sporting goods and luggage		18,873	17,090	14,351	19,504	25,953	31,656	34,251
36 Stationery, books and magazines		22,155	20,198	22,196	23,995	23,487	26,802	25,552
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies		11,912	14,674	14,249	15,488	17,293	17,889	17,773
38 Meals and lunches		19,390	19,202	18,292	21,864	20,360	20,934	21,342
39 Repairs and services		10,907	8,804	8,461	10,191	9,550	10,366	10,457
40 All other departments		24,821	23,049	21,525	26,970	32,814	42,287	38,466
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS		692,671	649,360	659,335	806,713	842,716	927,771	941,318



TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984						Change	Rayon	
						Variation		
July	August	September	October	November	December	January 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier 1985/1984		
thousands of dollars						per cent		Nº
milliers de dollars						pourcentage		
14,522	16,621	15,554	16,504	17,087	22,861	+ 6.0	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
7,104	15,806	20,945	27,114	28,231	23,212	+ 3.3	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
45,797	51,039	65,818	56,324	64,261	78,306	+ 3.8	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
1,150	1,787	3,466	5,576	9,117	7,821	- 1.3	Fourrures	4
18,914	27,271	25,941	26,928	29,022	36,949	+ 4.8	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
11,906	26,263	19,170	15,489	22,449	23,728	+ 13.8	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
15,958	15,540	17,733	18,540	29,722	49,059	+ 6.3	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
10,172	10,581	11,863	10,002	11,574	15,173	+ 10.1	Sous-vêtements	8
1,135	1,141	1,856	2,791	4,274	4,019	+ 16.5	Chapeaux	9
6,472	8,043	12,564	11,773	12,867	16,275	+ 3.3	Bas pour dames et fillettes	10
10,026	11,403	17,073	17,954	28,747	41,174	+ 12.5	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
18,071	24,655	31,884	30,109	34,487	32,242	+ 8.2	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
25,444	32,749	43,034	41,513	62,375	81,881	+ 8.1	Vêtements pour hommes	13
36,194	34,681	44,467	42,954	72,159	118,928	+ 6.0	Articles d'habillement pour hommes	14
9,820	20,373	13,507	13,155	17,225	24,637	+ 8.2	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
12,460	14,735	17,159	16,796	22,542	26,138	+ 16.5	Chaussures pour hommes et garçons	16
51,800	60,196	54,037	59,673	79,449	87,061	+ 7.2	Produits alimentaires et connexes	17
44,650	46,479	49,142	52,032	68,206	127,149	+ 12.3	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
12,549	13,466	11,845	11,454	15,605	29,610	- 7.0	Appareils et fournitures photographiques	19
3,227	3,844	4,252	4,637	4,706	3,610	- 23.2	Tissus à la pièce	20
30,575	29,949	32,027	27,767	33,936	46,244	+ 8.4	Literie et linge de maison	21
6,816	7,085	10,447	9,818	10,648	12,777	+ 6.4	Menus articles	22
10,287	9,364	11,734	11,702	20,217	37,355	+ 13.5	Porcelaine et verrerie	23
11,678	10,763	12,409	14,103	16,105	11,964	- 9.5	Revêtements de plancher	24
15,374	13,947	15,572	15,973	17,669	17,066	- 3.0	Tentures, rideaux et housses	25
7,507	7,173	8,348	8,472	13,052	20,595	- 9.0	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
51,855	40,222	44,761	45,249	47,935	43,256	+ 12.5	Meubles	27
47,592	43,551	46,894	46,141	52,106	54,887	+ 7.4	Gros appareils ménagers	28
35,403	37,168	53,322	43,418	57,909	89,117	- 0.8	Télévision, radio et musique	29
32,448	33,048	31,929	35,824	47,466	80,865	+ 8.8	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
27,097	24,769	22,215	26,691	29,640	35,481	+ 28.2	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
11,206	9,795	9,344	10,641	10,643	11,457	- 13.9	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
16,208	16,960	20,798	18,123	29,904	67,721	+ 5.4	Bijouterie	33
17,857	17,851	20,524	31,589	62,102	91,546	+ 23.5	Jouets et jeux	34
29,202	24,148	20,763	19,267	28,021	47,906	+ 10.4	Articles de sport et valises	35
23,297	33,902	32,212	25,048	43,606	74,280	+ 9.7	Papeterie, livres et revues	36
14,856	17,439	13,693	19,868	20,970	21,905	- 18.8	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
20,059	21,550	20,789	22,172	26,172	32,678	+ 1.0	Repas et casse-croûtes	38
9,417	9,752	10,039	12,167	15,855	13,701	+ 23.9	Services et travaux de réparation	39
30,197	27,866	28,737	32,224	36,666	57,399	+ 7.7	Tous autres rayons	40
806,302	872,975	947,867	957,575	1,254,727	1,718,033	+ 6.7	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985(1)

		1985	1984					
		JanuaryP	January	February	March	April	May	June
Department		JanvierP	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	16,156	15,446	15,546	15,267	15,798	15,076	16,284
2	Women's and misses' coats and suits	16,376	16,827	18,502	17,237	18,055	17,820	18,528
3	Women's and misses' sportswear	54,545	53,982	54,189	52,841	53,221	54,001	60,005
4	Furs	3,258	3,356	2,229	2,898	3,053	2,676	2,451
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	24,711	25,029	24,152	24,432	26,296	22,247	24,722
6	Girls' and teenage girls' wear	17,226	15,579	16,449	15,711	16,387	16,336	16,758
7	Lingerie and women's sleepwear	20,367	20,178	20,163	19,913	19,681	20,547	20,597
8	Intimate apparel	11,338	11,079	11,069	10,973	10,937	10,381	10,822
9	Millinery	1,978	1,763	1,677	1,835	2,074	1,935	1,951
10	Women's and girls' hosiery	10,637	10,734	11,175	11,127	11,162	10,967	10,673
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	17,254	16,082	15,655	15,958	16,519	16,719	16,564
12	Women's, misses' and children's footwear	25,586	24,605	26,529	24,395	26,451	24,755	25,214
13	Men's clothing	38,196	35,706	37,162	35,296	37,966	38,366	39,432
14	Men's furnishings	47,765	45,860	47,641	49,415	50,173	48,553	50,381
15	Boys' clothing and furnishings	14,026	13,850	13,811	12,819	13,589	12,692	13,455
16	Men's and boys' footwear	17,603	16,134	16,374	16,430	17,413	14,832	16,795
17	Food and kindred products	61,544	58,259	57,705	54,890	59,673	61,216	59,969
18	Toiletries, cosmetics and drugs	56,799	53,044	52,548	53,249	52,712	52,898	51,234
19	Photographic equipment and supplies	12,632	14,203	13,976	12,559	13,028	13,094	13,030
20	Piece goods	3,456	4,508	4,381	4,110	3,882	3,954	3,908
21	Linens and domestics	29,116	28,170	26,459	27,984	28,214	29,418	28,710
22	Smallwares and notions	8,594	8,501	7,794	8,709	8,475	8,655	8,381
23	China and glassware	12,503	11,184	12,726	12,105	12,032	13,058	12,878
24	Floor coverings	10,534	12,205	11,775	12,408	12,738	11,732	11,647
25	Draperies, curtains and furniture coverings	14,015	14,680	15,723	14,884	15,312	15,145	14,066
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7,599	8,653	8,641	8,581	9,249	8,936	8,381
27	Furniture	45,130	41,309	42,985	43,415	46,669	45,481	45,678
28	Major appliances	44,648	42,441	44,741	45,222	46,862	44,911	45,065
29	Television, radio and music	39,857	40,820	42,423	43,473	43,361	42,818	42,577
30	Housewares and small electrical appliances	37,116	35,265	36,234	35,127	35,569	35,568	36,552
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	28,491	24,153	24,349	26,379	27,670	27,676	28,374
32	Plumbing, heating and building materials	9,662	11,561	10,694	11,149	11,084	10,521	11,417
33	Jewellery	22,292	22,475	21,910	21,996	22,798	22,878	22,394
34	Toys and games	31,483	28,689	29,324	29,279	28,356	29,905	27,785
35	Sporting goods and luggage	27,024	25,141	25,129	25,619	26,527	26,156	25,881
36	Stationery, books and magazines	31,608	29,782	30,587	30,396	31,038	32,983	30,605
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	14,411	19,019	19,876	17,764	18,451	16,650	16,856
38	Meals and lunches	21,996	22,610	21,892	22,208	22,792	21,962	21,755
39	Repairs and services	12,353	10,295	10,112	10,125	10,487	10,573	10,917
40	All other departments	34,674	33,499	31,290	31,353	32,576	31,761	32,823
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	954,559	926,673	935,595	929,532	958,329	945,853	955,511

(1) The sum of the components may not equal to the total due to rounding.

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1984 et 1985(1)

1984						Change - Variation		
July	August	September	October	November	December <sup>r</sup>	January/ December 1985/1984	Rayon	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre <sup>r</sup>	Janvier/ décembre 1985/1984		
Thousands of dollars						per cent		N°
milliers de dollars						pourcentage		
16,090	17,183	16,036	16,990	15,878	16,025	+ 0.8	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
16,849	14,757	17,433	16,739	17,483	16,564	- 1.1	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
54,691	53,248	53,362	55,427	56,175	54,216	+ 0.6	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
2,579	2,693	3,537	3,649	4,200	3,347	- 2.7	Fourrures	4
22,828	24,740	24,560	24,456	24,754	24,371	+ 1.4	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
16,321	17,622	17,184	16,355	18,234	15,863	+ 8.6	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
19,863	19,718	19,516	19,608	20,341	20,075	+ 1.5	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
11,107	10,585	11,173	10,907	10,916	11,086	+ 2.3	Sous-vêtements	8
1,973	1,801	2,068	2,046	2,031	1,685	+ 17.4	Chapeaux	9
9,831	10,115	10,682	10,449	10,511	10,290	+ 3.4	Bas pour dames et fillettes	10
16,170	15,094	16,445	16,708	18,110	17,127	+ 0.7	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
24,799	25,131	25,314	25,290	25,557	24,999	+ 2.3	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
38,139	39,171	39,264	39,485	41,913	41,975	- 9.0	Vêtements pour hommes	13
48,949	45,432	48,276	47,158	48,585	47,513	+ 0.5	Articles d'habillement pour hommes	14
13,549	13,373	13,753	13,823	13,731	13,620	+ 3.0	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
16,171	15,943	15,814	16,321	16,556	16,958	+ 3.8	Chaussures pour hommes et garçons	16
61,158	59,283	63,424	62,120	63,431	63,822	- 3.6	Produits alimentaires et connexes	17
53,817	52,180	56,126	54,795	57,741	57,517	- 1.2	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
13,250	12,974	13,058	13,059	12,990	12,902	- 2.1	Appareils et fournitures photographiques	19
4,193	3,845	3,764	3,848	3,798	3,594	- 3.8	Tissus à la pièce	20
29,781	29,245	29,139	27,793	30,869	29,491	- 1.3	Literie et linge de maison	21
8,397	8,149	8,782	8,455	8,475	8,687	- 1.1	Menus articles	22
13,111	11,829	12,848	13,518	13,800	13,950	- 10.4	Porcelaine et verrerie	23
11,377	11,423	12,548	11,641	13,007	12,036	- 12.5	Revêtements de plancher	24
14,761	14,285	15,429	15,088	15,255	14,930	- 6.1	Tentures, rideaux et housses	25
8,968	8,304	8,764	8,520	8,983	8,904	- 14.7	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
43,946	40,207	44,345	44,449	46,424	44,966	+ 0.4	Meubles	27
42,181	43,250	44,386	42,995	47,015	50,185	- 11.0	Gros appareils ménagers	28
43,534	42,305	46,778	42,187	43,462	44,008	- 9.4	Télévision, radio et musique	29
36,822	36,096	35,806	36,170	37,440	37,211	- 0.3	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
28,343	27,217	25,064	26,098	27,728	26,491	+ 7.6	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
10,369	9,971	10,272	10,049	10,173	10,706	- 9.7	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
22,646	21,295	21,720	21,530	21,984	22,657	- 1.6	Bijouterie	33
28,751	28,929	33,333	30,836	27,899	25,973	+ 21.2	Jouets et jeux	34
26,219	26,344	25,563	25,667	26,484	25,911	+ 4.3	Articles de sport et valises	35
31,586	30,812	31,729	29,993	32,485	31,400	+ 0.7	Papeterie, livres et revues	36
16,055	17,631	16,551	17,051	16,262	16,604	- 13.2	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
21,966	21,590	22,091	22,273	22,514	22,251	- 1.1	Repas et casse-croûtes	38
10,888	10,835	11,145	11,170	11,363	11,071	+ 11.6	Services et travaux de réparation	39
32,932	31,003	33,994	35,356	35,307	34,469	+ 0.6	Tous autres rayons	40
944,958	925,608	961,073	950,071	979,862	965,448	- 1.1	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) La somme des composantes peut ne pas être égale au total en raison de l'arrondissement.



TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

No.	Province	1985	1984					
		January	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Newfoundland	6,895	6,101	7,136	8,610	10,060	11,207	11,345
2	Prince Edward Island	4,074	3,732	3,681	4,225	5,160	5,553	6,168
3	Nova Scotia	18,630	16,261	18,121	21,953	26,951	27,399	28,025
4	New Brunswick	13,017	12,082	13,215	15,457	19,334	21,096	20,947
5	Quebec	130,436	120,485	122,314	146,429	162,154	181,928	178,268
6	Ontario	248,907	231,162	232,293	282,877	303,082	334,986	348,590
7	Manitoba	34,415	32,501	33,099	44,095	45,415	48,292	49,252
8	Saskatchewan	22,137	21,100	21,772	27,789	27,420	29,020	29,464
9	Alberta	98,295	93,561	95,592	116,483	113,327	124,268	124,800
10	British Columbia	115,866	110,629	110,091	136,013	127,668	141,495	141,559
11	Yukon and Northwest Territories	-	1,745	2,021	2,782	2,145	2,526	2,901
12	CANADA	692,671	649,360	659,335	806,713	842,716	927,771	941,318

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985	1984					
		January	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Calgary	37,702	35,833	35,943	43,968	42,603	47,114	46,703
2	Edmonton	44,148	42,899	43,582	53,091	51,473	56,432	56,832
3	Halifax-Dartmouth	11,130	9,311	9,973	12,118	14,248	14,739	14,867
4	Hamilton	19,486	18,359	17,393	20,342	22,155	24,715	25,922
5	Montreal	77,471	73,090	73,123	86,788	94,533	103,779	104,741
6	Ottawa-Hull	30,661	27,677	28,387	35,802	37,466	42,693	42,163
7	Quebec City	18,428	18,733	16,822	20,466	21,611	27,559	25,779
8	Toronto	99,553	91,845	93,675	115,269	121,503	130,168	138,276
9	Vancouver	70,220	66,468	65,879	81,021	74,707	82,622	82,772
10	Winnipeg	31,341	29,679	29,999	39,979	41,273	43,720	44,397

TABLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1984 et 1985

1984						Change Variation	Province	NO
July	August	September	October	November	December	January 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
9,442	11,317	11,141	12,329	16,131	23,157	+ 13.0	Terre-Neuve	1
6,177	6,375	5,490	5,624	7,412	10,707	+ 9.2	Île-du-Prince-Édouard	2
25,131	28,836	28,999	30,813	43,553	61,171	+ 14.6	Nouvelle-Écosse	3
18,130	19,763	19,791	20,956	30,267	40,149	+ 7.7	Nouveau-Brunswick	4
150,887	163,813	176,106	182,239	229,606	312,223	+ 8.3	Québec	5
292,171	312,534	341,407	347,095	473,274	653,189	+ 7.7	Ontario	6
43,233	45,526	52,448	49,639	65,859	85,871	+ 5.9	Manitoba	7
26,331	27,248	31,473	30,177	41,146	53,485	+ 4.9	Saskatchewan	8
104,897	117,116	128,327	127,318	159,400	219,062	+ 5.1	Alberta	9
127,425	137,771	149,335	148,330	185,186	254,072	+ 4.7	Colombie-Britannique	10
2,478	2,674	3,350	3,054	2,894	4,948	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
806,302	872,975	947,867	957,575	1,254,727	1,718,033	+ 6.7	CANADA	12

TABLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

1984						Change Variation	Certaines zones métropolitaines	NO
July	August	September	October	November	December	January 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
41,049	43,591	49,079	48,618	60,020	83,892	+ 5.2	Calgary	1
48,855	53,470	57,612	57,446	71,344	96,074	+ 2.9	Edmonton	2
13,030	15,745	16,665	17,572	24,904	32,904	+ 19.5	Halifax-Dartmouth	3
21,566	22,156	24,493	25,892	32,526	50,915	+ 6.1	Hamilton	4
84,768	93,911	106,689	108,137	138,914	190,825	+ 6.0	Montréal	5
34,535	38,390	42,719	44,593	56,416	73,494	+ 10.8	Ottawa-Hull	6
23,024	23,843	24,577	25,644	31,863	40,556	- 1.6	Ville de Québec	7
114,163	119,291	139,209	139,154	188,655	263,715	+ 8.4	Toronto	8
72,695	78,140	88,171	87,881	108,850	148,953	+ 5.6	Vancouver	9
39,143	41,157	47,664	44,889	59,918	76,858	+ 5.6	Winnipeg	10

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

		1985	1984					
Province		January	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x
2	Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x
3	Nova Scotia	7,353	5,685	5,750	6,861	8,153	8,116	8,257
4	New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x
5	Quebec	75,980	69,668	70,746	86,606	91,181	101,241	99,753
6	Ontario	153,708	145,440	143,196	178,528	182,117	201,192	208,432
7	Manitoba	23,448	22,684	21,650	29,989	28,943	30,407	31,344
8	Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x
9	Alberta	76,498	74,649	73,039	89,780	83,758	91,972	93,174
10	British Columbia	95,162	92,402	89,678	109,166	100,502	111,637	112,125
11	Yukon and Northwest Territories	-	x	x	x	x	x	x
12	CANADA	453,654	433,177	426,537	529,691	522,096	575,256	584,580

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

		1985	1984					
Selected metropolitan areas		January	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Calgary	30,048	29,186	28,174	34,908	32,593	35,808	35,852
2	Edmonton	35,184	34,722	33,855	41,541	38,634	42,439	43,076
3	Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x
4	Hamilton	14,872	13,908	12,833	15,159	15,340	18,110	18,853
5	Montreal	51,972	46,678	48,435	58,723	61,340	65,507	65,971
6	Ottawa-Hull	19,758	17,460	18,111	23,884	23,107	26,767	25,979
7	Quebec City	x	x	x	x	x	x	x
8	Toronto	72,416	67,398	68,810	85,947	87,985	93,328	98,375
9	Vancouver	62,059	59,285	57,681	70,084	64,039	70,877	71,257
10	Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x



TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985

1984						Change Variation	Province	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December	January 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
7,350	9,729	10,873	11,086	15,666	20,626	+ 29.3	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
84,105	90,369	106,580	107,600	134,896	174,254	+ 9.1	Québec	5
173,654	180,143	213,139	214,317	292,214	386,092	+ 5.7	Ontario	6
27,592	28,635	36,495	32,513	43,967	54,203	+ 3.4	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	...	Saskatchewan	8
76,448	86,398	97,543	94,529	120,054	160,601	+ 2.5	Alberta	9
99,403	107,152	120,456	118,969	148,121	198,033	+ 3.0	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
<b>496,195</b>	<b>530,591</b>	<b>619,430</b>	<b>611,524</b>	<b>798,450</b>	<b>1,049,646</b>	<b>+ 4.7</b>	<b>CANADA</b>	<b>12</b>

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

		1985	1984					
Province		January	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x
2	Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x
3	Nova Scotia	11,277	10,576	12,372	15,092	18,798	19,283	19,768
4	New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x
5	Quebec	54,456	50,817	51,567	59,823	70,973	80,687	78,515
6	Ontario	95,199	85,723	89,097	104,349	120,965	133,794	140,158
7	Manitoba	10,967	9,817	11,449	14,106	16,471	17,885	17,907
8	Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x
9	Alberta	21,796	18,912	22,553	26,703	29,569	32,296	31,626
10	British Columbia	20,704	18,228	20,414	26,847	27,166	29,857	29,434
11	Yukon and Northwest Territories	-	x	x	x	x	x	x
12	CANADA	239,018	216,184	232,799	277,022	320,620	352,515	356,738

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

		1985	1984					
Selected metropolitan areas		January	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Calgary	7,655	6,647	7,769	9,060	10,010	11,306	10,851
2	Edmonton	8,965	8,177	9,727	11,549	12,839	13,993	13,756
3	Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x
4	Hamilton	4,614	4,451	4,560	5,183	6,815	6,605	7,069
5	Montreal	25,499	26,412	24,687	28,064	33,192	38,271	38,770
6	Ottawa-Hull	10,903	10,216	10,276	11,919	14,360	15,926	16,184
7	Quebec City	x	x	x	x	x	x	x
8	Toronto	27,136	24,447	24,865	29,323	33,518	36,840	39,902
9	Vancouver	8,161	7,183	8,198	10,938	10,668	11,746	11,515
10	Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985

1984						Change Variation	Province	N°
July	August	September	October	November	December	January 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
17,781	19,107	18,126	19,727	27,887	40,544	+ 6.6	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
66,781	73,444	69,526	74,639	94,710	137,969	+ 7.2	Québec	5
118,517	132,391	128,268	132,778	181,060	267,097	+ 11.1	Ontario	6
15,641	16,892	15,953	17,126	21,892	31,669	+ 11.7	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
28,449	30,718	30,784	32,789	39,347	58,461	+ 15.2	Alberta	9
28,022	30,619	28,879	29,361	37,066	56,039	+ 13.6	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
310,107	342,384	328,437	346,051	456,277	668,387	+ 10.6	CANADA	12

TABLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]



TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

Province	No.	1985	1984					
		January	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
number - nombre								
1 Newfoundland		14	14	14	14	14	14	14
2 Prince Edward Island		7	7	7	7	7	7	7
3 Nova Scotia		33	32	32	32	32	32	32
4 New Brunswick		26	26	26	26	26	26	26
5 Quebec		163	162	160	158	159	160	160
6 Ontario		299	299	297	297	298	298	298
7 Manitoba		38	38	38	38	38	38	38
8 Saskatchewan		32	31	31	31	31	31	31
9 Alberta		83	84	84	84	84	84	84
10 British Columbia		103	101	102	102	102	103	103
11 Yukon and Northwest Territories		-	6	6	6	6	6	6
12 CANADA		798(1)	800	797	795	797	799	799

(1) The decrease of seven stores is due to the reclassification of these department stores to other kinds of business.

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

Selected metropolitan areas	No.	1985	1984					
		January	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
number - nombre								
1 Calgary		26	26	26	26	26	26	26
2 Edmonton		33	33	33	33	33	33	33
3 Halifax-Dartmouth		14	13	13	13	13	13	13
4 Hamilton		24	24	24	24	24	24	24
5 Montreal		76	80	78	76	75	75	75
6 Ottawa-Hull		32	33	33	33	33	33	33
7 Quebec City		22	20	20	20	20	20	20
8 Toronto		88	88	88	88	88	88	88
9 Vancouver		41	41	41	41	41	41	41
10 Winnipeg		30	30	30	30	30	30	30

TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1984 et 1985

1984							No
July	August	September	October	November	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
32	33	33	33	33	33	Nouvelle-Écosse	3
26	26	26	26	26	26	Nouveau-Brunswick	4
160	160	160	161	163	163	Québec	5
298	299	299	300	300	300	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
31	31	31	32	32	32	Saskatchewan	8
84	83	83	83	83	83	Alberta	9
103	103	103	103	103	103	Colombie-Britannique	10
6	6	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
<b>799</b>	<b>800</b>	<b>800</b>	<b>803</b>	<b>805</b>	<b>805</b>	<b>CANADA</b>	<b>12</b>

(1) La baisse de sept magasins a été causée par la reclassification de ces magasins à d'autres genres de commerce.

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

1984							No
July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
26	26	26	26	26	26	Calgary	1
33	33	33	33	33	33	Edmonton	2
13	14	14	14	14	14	Halifax-Dartmouth	3
24	24	24	24	24	24	Hamilton	4
75	75	75	75	76	76	Montréal	5
33	32	32	32	32	32	Ottawa-Hull	6
21	21	21	21	22	22	Ville de Québec	7
88	88	88	88	88	88	Toronto	8
41	41	41	41	41	41	Vancouver	9
30	30	30	30	30	30	Winnipeg	10

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

No.	Province	1985	1984					
		January	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		number - nombre						
1	Newfoundland	6	8	8	8	8	8	8
2	Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3	3
3	Nova Scotia	7	6	6	6	6	6	6
4	New Brunswick	4	4	4	4	4	4	4
5	Quebec	55	55	55	55	55	55	55
6	Ontario	109	112	113	113	113	113	113
7	Manitoba	18	18	18	18	18	18	18
8	Saskatchewan	15	16	16	16	16	16	16
9	Alberta	46	49	49	49	49	49	49
10	British Columbia	60	60	61	61	61	61	61
11	Yukon and Northwest Territories	-	5	5	5	5	5	5
12	CANADA	323	336	338	338	338	338	338

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985	1984					
		January	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		number - nombre						
1	Calgary	14	14	14	14	14	14	14
2	Edmonton	18	18	18	18	18	18	18
3	Halifax-Dartmouth	6	5	5	5	5	5	5
4	Hamilton	14	14	14	14	14	14	14
5	Montreal	30	30	30	30	30	30	30
6	Ottawa-Hull	12	13	13	13	13	13	13
7	Quebec City	8	8	8	8	8	8	8
8	Toronto	40	40	40	40	40	40	40
9	Vancouver	26	26	26	26	26	26	26
10	Winnipeg	13	13	13	13	13	13	13



TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985

1984						Province	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
8	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2
6	7	7	7	7	7	Nouvelle-Écosse	3
4	4	4	4	4	4	Nouveau-Brunswick	4
55	54	54	55	55	55	Québec	5
113	110	110	110	110	110	Ontario	6
18	18	18	18	18	18	Manitoba	7
16	15	15	15	15	15	Saskatchewan	8
49	46	46	46	46	46	Alberta	9
61	60	60	60	60	60	Colombie-Britannique	10
5	5	5	5	5	5	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
338	328	328	329	329	329	CANADA	12

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

1984						Certaines zones métropolitaines	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
14	14	14	14	14	14	Calgary	1
18	18	18	18	18	18	Edmonton	2
5	6	6	6	6	6	Halifax-Dartmouth	3
14	14	14	14	14	14	Hamilton	4
30	30	30	30	30	30	Montréal	5
13	12	12	12	12	12	Ottawa-Hull	6
8	8	8	8	8	8	Ville de Québec	7
40	40	40	40	40	40	Toronto	8
26	26	26	26	26	26	Vancouver	9
13	13	13	13	13	13	Winnipeg	10

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

		1985	1984					
Province		January	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.		number - nombre						
1	Newfoundland	8	6	6	6	6	6	6
2	Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4	4
3	Nova Scotia	26	26	26	26	26	26	26
4	New Brunswick	22	22	22	22	22	22	22
5	Quebec	108	107	105	103	104	105	105
6	Ontario	190	187	184	184	185	185	185
7	Manitoba	20	20	20	20	20	20	20
8	Saskatchewan	17	15	15	15	15	15	15
9	Alberta	37	35	35	35	35	35	35
10	British Columbia	43	41	41	41	41	42	42
11	Yukon and Northwest Territories	-	1	1	1	1	1	1
12	CANADA	475	464	459	457	459	461	461

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

Selected metropolitan areas		1985	1984					
		January	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.		number - nombre						
1	Calgary	12	12	12	12	12	12	12
2	Edmonton	15	15	15	15	15	15	15
3	Halifax-Dartmouth	8	8	8	8	8	8	8
4	Hamilton	10	10	10	10	10	10	10
5	Montreal	46	50	48	46	45	45	45
6	Ottawa-Hull	20	20	20	20	20	20	20
7	Quebec City	14	12	12	12	12	12	12
8	Toronto	48	48	48	48	48	48	48
9	Vancouver	15	15	15	15	15	15	15
10	Winnipeg	17	17	17	17	17	17	17

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985

1984							No
July	August	September	October	November	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
6	8	8	8	8	8	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
26	26	26	26	26	26	Nouvelle-Écosse	3
22	22	22	22	22	22	Nouveau-Brunswick	4
105	106	106	106	108	108	Québec	5
185	189	189	190	190	190	Ontario	6
20	20	20	20	20	20	Manitoba	7
15	16	16	17	17	17	Saskatchewan	8
35	37	37	37	37	37	Alberta	9
42	43	43	43	43	43	Colombie-Britannique	10
1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
461	472	472	474	476	476	CANADA	12

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

1984							No
July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
12	12	12	12	12	12	Calgary	1
15	15	15	15	15	15	Edmonton	2
8	8	8	8	8	8	Halifax-Dartmouth	3
10	10	10	10	10	10	Hamilton	4
45	45	45	45	46	46	Montréal	5
20	20	20	20	20	20	Ottawa-Hull	6
13	13	13	13	14	14	Ville de Québec	7
48	48	48	48	48	48	Toronto	8
15	15	15	15	15	15	Vancouver	9
17	17	17	17	17	17	Winnipeg	10



TABLE 15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985  
January

TABLEAU 15. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985  
Janvier

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1985/1984
		1984	1985	Variation 1985/1984
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles			
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles			
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles			
4	Furs - Fourrures			
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants			
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes			
7	Lingerie and women's sleeperwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames			
8	Intimate apparel - Sous-vêtements			
9	Millinery - Chapeaux			
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes			
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes			
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants			
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes			
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes			
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habille- ment pour garçons			
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons			
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes			
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments			
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques			
20	Piece goods - Tissus à la pièce			
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison			
22	Smallwares and notions - Menus articles			
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie			
24	Floor coverings - Revêtements de plancher			
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses			
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison			
27	Furniture - Meubles			
28	Major appliances - Gros appareils ménagers			
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique			
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques			
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.			
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction			
33	Jewellery - Bijouterie			
34	Toys and games - Jouets et jeux			
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises			
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues			
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures			
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes			
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation			
40	All other departments - Tous autres rayons			
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS			

Cumulative figures will appear here in  
subsequent issues.

Les chiffres cumulatifs paraîtront ici dans les  
numéros ultérieurs.

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985  
January

TABLEAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1984 et 1985  
Janvier

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve			
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard			
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse			
New Brunswick - Nouveau-Brunswick			
Québec			
Ontario			
Manitoba			
Saskatchewan			
Alberta			
British Columbia - Colombie-Britannique			
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest			

Cumulative figures will appear here in  
subsequent issues.

Les chiffres cumulatifs paraîtront ici dans les  
numéros ultérieurs.

#### CANADA

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985  
January

TABLEAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines,  
1984 et 1985  
Janvier

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary			
Edmonton			
Halifax-Dartmouth			
Hamilton			
Montréal			
Ottawa-Hull			
Quebec City - Ville de Québec			
Toronto			
Vancouver			
Winnipeg			

Cumulative figures will appear here in  
subsequent issues.

Les chiffres cumulatifs paraîtront ici dans les  
numéros ultérieurs.

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985  
January

TABLEAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985  
Janvier

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	Cumulative figures will appear here in subsequent issues.		
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard			
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse			
New Brunswick - Nouveau-Brunswick			
Québec			
Ontario			
Manitoba			
Saskatchewan			
Alberta			
British Columbia - Colombie-Britannique			
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest			

CANADA

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985  
January

TABLEAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985  
Janvier

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	Cumulative figures will appear here in subsequent issues.		
Edmonton			
Halifax-Dartmouth			
Hamilton			
Montréal			
Ottawa-Hull			
Quebec City - Ville de Québec			
Toronto			
Vancouver			
Winnipeg			

Les chiffres cumulatifs paraîtront ici dans les  
numéros ultérieurs.

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985  
January

TABLEAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985  
Janvier

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	Cumulative figures will appear here in subsequent issues.  Les chiffres cumulatifs paraîtront ici dans les numéros ultérieurs.		
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard			
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse			
New Brunswick - Nouveau-Brunswick			
Québec			
Ontario			
Manitoba			
Saskatchewan			
Alberta			
British Columbia - Colombie-Britannique			
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest			

#### CANADA

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985  
January

TABLEAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines,  
1984 et 1985  
Janvier

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984	1985	Variation 1985/1984
Certaines zones métropolitaines	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	Cumulative figures will appear here in subsequent issues.  Les chiffres cumulatifs paraîtront ici dans les numéros ultérieurs.		
Edmonton			
Halifax-Dartmouth			
Hamilton			
Montréal			
Ottawa-Hull			
Quebec City - Ville de Québec			
Toronto			
Vancouver			
Winnipeg			



TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1983-1985  
 TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1983-1985

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution
	'000	%	'000	%	'000	%
<b>1983:</b>						
January - Janvier	623,021	100.0	416,075	66.8	206,946	33.2
February - Février	603,808	100.0	400,059	66.3	203,749	33.7
March - Mars	787,544	100.0	517,493	65.7	270,051	34.3
April - Avril	775,226	100.0	496,409	64.0	278,817	36.0
May - Mai	842,133	100.0	524,430	62.3	317,702	37.7
June - Juin	920,150	100.0	578,341	62.9	341,809	37.1
July - Juillet	813,746	100.0	510,481	62.7	303,265	37.3
August - Août	850,885	100.0	528,907	62.2	321,978	37.8
September - Septembre	922,067	100.0	609,641	66.1	312,425	33.9
October - Octobre	922,014	100.0	605,042	65.6	316,972	34.4
November - Novembre	1,138,763	100.0	741,909	65.2	396,854	34.8
December - Décembre	1,731,121	100.0	1,078,633	62.3	652,488	37.7
Year - Année	10,930,478	100.0	7,007,420	64.1	3,923,056	35.9
<b>1984:</b>						
January - Janvier	649,360	100.0	433,177	66.7	216,184	33.3
February - Février	659,335	100.0	426,537	64.7	232,799	35.3
March - Mars	806,713	100.0	529,691	65.7	277,022	34.3
April - Avril	842,716	100.0	522,096	62.0	320,620	38.0
May - Mai	927,771	100.0	575,256	62.0	352,515	38.0
June - Juin	941,318	100.0	584,580	62.1	356,738	37.9
July - Juillet	806,302	100.0	496,195	61.5	310,107	38.5
August - Août	872,975	100.0	530,591	60.8	342,384	39.2
September - Septembre	947,867	100.0	619,430	65.3	328,437	34.7
October - Octobre	957,575	100.0	611,524	63.9	346,051	36.1
November - Novembre	1,254,727	100.0	798,450	63.6	456,277	36.4
December - Décembre	1,718,033	100.0	1,049,646	61.1	668,387	38.9
Year - Année	11,384,692	100.0	7,177,173	63.0	4,207,521	37.0
<b>1985:</b>						
January - Janvier	692,671	100.0	453,654	65.5	239,018	34.5
February - Février						
March - Mars						
April - Avril						
May - Mai						
June - Juin						
July - Juillet						
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1983-1985  
January

TABLEAU 23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1983-1985  
Janvier

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1985/1984
	1983	1984	1985	Variation 1985/1984
Province et certaines zones métropolitaines	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	5.0	4.7	4.9	+ 4.3
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	14.5	11.6	11.5	- 0.9
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	7.1	6.4	6.2	- 3.1
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	6.7	6.4	6.1	- 4.7
Québec	6.9	6.4	6.3	- 1.6
Ontario	8.6	8.1	7.6	- 6.2
Manitoba	11.6	11.1	10.2	- 8.1
Saskatchewan	6.5	6.9	6.5	- 5.8
Alberta	12.0	11.9	10.9	- 8.4
British Columbia - Colombie-Britannique	13.2	12.5	12.1	- 3.2
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	10.3	8.9	...	...
<b>CANADA</b>	<b>9.0</b>	<b>8.5</b>	<b>8.0</b>	<b>- 5.9</b>
Montréal	8.8	8.3	7.6	- 8.4
Toronto	9.3	8.5	8.2	- 3.5
Winnipeg	15.8	15.3	14.0	- 8.5
Vancouver	15.5	14.3	14.3	-

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1984 and 1985

Department	No.	1985	1984						
		January	January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms		39,216	44,916	50,576	58,568	60,707	51,233	40,395	55,949
2 Women's and misses' coats and suits		48,460	39,205	40,273	46,900	42,697	28,520	26,461	59,406
3 Women's and misses' sportswear		128,458	134,591	148,857	167,438	181,595	172,279	147,612	155,681
4 Furs		23,738	20,510	19,146	19,474	18,204	22,640	22,152	25,502
5 Infants' and children's wear and nursery equipment		71,712	69,452	76,805	84,529	95,790	81,940	79,127	90,122
6 Girls' and teenage girls' wear		37,268	30,052	41,018	52,624	46,418	47,277	40,336	53,754
7 Lingerie and women's sleepwear		44,199	44,739	47,970	53,540	61,110	55,579	48,029	49,352
8 Intimate apparel		46,465	42,931	40,880	40,695	42,107	40,274	38,454	37,740
9 Millinery		3,121	3,444	3,149	2,640	3,107	2,798	2,424	2,943
10 Women's and girls' hosiery		37,920	32,748	34,280	39,697	37,763	32,867	29,118	30,109
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories		49,973	45,527	50,967	56,516	57,710	50,290	41,804	47,277
12 Women's, misses' and children's footwear		87,890	97,702	109,941	122,543	128,879	104,997	92,428	98,574
13 Men's clothing		124,739	121,340	140,920	166,013	167,322	159,525	137,054	150,036
14 Men's furnishings		143,216	132,716	146,282	159,176	172,391	173,063	140,450	133,174
15 Boys' clothing and furnishings		42,786	40,444	39,954	44,204	44,734	38,362	36,263	51,328
16 Men's and boys' footwear		59,572	74,361	75,569	77,981	89,977	83,143	69,975	73,046
17 Food and kindred products		41,882	44,670	47,147	52,054	45,488	25,906	33,828	32,297
18 Toiletries, cosmetics and drugs		255,764	232,705	199,923	213,043	223,306	195,132	196,226	210,756
19 Photographic equipment and supplies		55,548	59,725	58,676	59,685	64,316	55,113	55,831	56,319
20 Piece goods		17,961	25,252	26,667	31,122	26,979	25,028	24,532	24,511
21 Linens and domestics		128,407	121,750	147,997	140,777	151,252	152,878	143,694	142,527
22 Smallwares and notions		38,204	37,372	38,519	38,611	47,588	43,534	46,036	46,659
23 China and glassware		68,133	87,001	101,079	96,902	97,883	99,005	85,874	92,311
24 Floor coverings		50,782	54,955	56,244	56,856	59,541	56,175	59,124	60,611
25 Draperies, curtains and furniture coverings		70,150	70,393	70,608	78,321	77,447	75,031	70,789	72,644
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings		56,422	52,943	56,088	59,053	58,699	50,679	54,464	58,408
27 Furniture		145,174	164,181	149,696	181,427	202,788	179,091	184,144	184,927
28 Major appliances		67,350	68,864	75,193	67,578	71,476	62,734	64,592	65,488
29 Television, radio and music		133,647	155,964	155,926	166,879	169,612	160,329	160,431	156,487
30 Housewares and small electrical appliances		165,068	192,356	180,822	176,925	193,174	184,170	190,226	187,632
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.		116,613	127,010	133,042	144,415	144,513	144,914	149,094	137,513
32 Plumbing, heating and building materials		24,249	33,974	34,557	36,565	38,059	27,221	26,508	27,439
33 Jewellery		109,241	120,572	117,310	123,204	129,718	129,276	117,662	124,672
34 Toys and games		112,763	89,283	78,632	89,257	106,363	92,527	90,874	102,496
35 Sporting goods and luggage		113,598	110,494	117,950	127,818	160,321	158,935	137,302	132,998
36 Stationery, books and magazines		135,532	122,007	120,595	134,271	143,825	149,072	140,567	156,230
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies		53,971	50,741	48,489	51,597	55,469	53,537	52,120	47,205
38 Meals and lunches		986	1,319	1,338	1,440	1,587	532	641	894
39 Repairs and services		5,466	5,878	5,797	5,498	5,564	5,441	5,585	5,627
40 All other departments		58,466	54,141	57,570	72,601	79,437	70,806	64,476	64,029
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS		3,014,110	3,058,228	3,146,452	3,398,437	3,604,916	3,341,853	3,146,702	3,304,673

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984					Change - Variation		Rayon	N°
August	September	October	November	December	January/ December 1985/1984	January 1985/1984		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier/ décembre 1985/1984	Janvier 1985/1984		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
54,588	54,357	64,728	57,571	45,608	- 14.0	- 12.7	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
69,909	83,440	80,945	70,550	50,773	- 4.6	+ 23.6	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
189,839	174,471	198,711	192,894	134,334	- 4.4	- 4.6	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
26,384	25,317	33,039	29,510	25,372	- 6.4	+ 15.7	Fourrures	4
93,361	85,762	94,704	86,815	80,906	- 11.4	+ 3.3	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
50,243	50,337	58,228	54,394	34,643	+ 7.6	+ 24.0	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
52,734	50,476	72,258	81,643	44,955	- 1.7	- 1.2	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
39,746	35,711	42,404	49,459	45,726	+ 1.6	+ 8.2	Sous-vêtements	8
4,346	4,278	4,686	6,081	5,219	- 40.2	- 9.4	Chapeaux	9
37,874	33,111	39,387	39,460	36,076	+ 5.1	+ 15.8	Bas pour dames et fillettes	10
51,050	54,405	68,408	82,772	55,213	- 9.5	+ 9.8	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
112,703	104,799	113,648	107,353	92,242	- 4.7	- 10.0	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
229,386	187,359	215,604	215,040	165,447	- 24.6	+ 2.8	Vêtements pour hommes	13
156,945	166,491	214,846	222,946	146,255	- 2.1	+ 7.9	Articles d'habillement pour hommes	14
38,739	40,908	53,578	47,671	35,513	+ 20.5	+ 5.8	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
77,275	72,416	90,410	79,068	63,713	- 6.5	- 19.9	Chaussures pour hommes et garçons	16
27,202	34,783	46,074	51,249	23,252	+ 80.1	- 6.2	Produits alimentaires et connexes	17
202,822	207,670	254,922	284,562	204,790	+ 24.9	+ 9.9	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
54,958	50,715	71,199	58,884	43,862	+ 26.6	- 7.0	Appareils et fournitures photographiques	19
28,097	24,521	31,080	27,120	24,833	- 27.7	- 28.9	Tissus à la pièce	20
135,663	129,887	141,617	154,798	147,230	- 12.8	+ 5.5	Literie et linge de maison	21
44,702	39,474	45,141	41,179	46,102	- 17.1	+ 2.2	Menus articles	22
92,985	83,437	97,638	97,406	93,316	- 27.0	- 21.7	Porcelaine et verrerie	23
59,133	54,491	53,946	49,800	54,850	- 7.4	- 7.6	Revêtements de plancher	24
72,890	72,908	77,514	76,337	73,344	- 4.4	- 0.3	Tentures, rideaux et housses	25
56,417	65,958	67,707	75,685	53,331	+ 5.8	+ 6.6	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
164,286	162,507	188,309	151,275	180,001	- 19.3	- 11.6	Meubles	27
61,702	61,736	76,636	80,803	74,523	- 9.6	- 2.2	Gros appareils ménagers	28
157,710	146,644	181,177	181,739	149,728	- 10.7	- 14.3	Télévision, radio et musique	29
192,182	173,661	199,612	200,706	147,027	+ 12.3	- 14.2	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
144,061	127,959	149,256	138,906	131,082	- 11.0	- 8.2	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
27,661	27,515	29,504	28,873	34,009	- 28.7	- 28.6	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
122,106	115,731	140,621	149,674	109,683	- 0.4	- 9.4	Bijouterie	33
108,940	126,319	155,077	181,104	104,710	+ 7.7	+ 26.3	Jouets et jeux	34
128,124	129,454	170,046	153,421	126,343	- 10.1	+ 2.8	Articles de sport et valises	35
147,167	151,405	150,552	189,415	132,413	+ 2.4	+ 11.1	Papeterie, livres et revues	36
50,604	46,087	49,767	51,942	63,070	- 14.4	+ 6.4	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
539	459	613	399	166	+ 494.0	- 25.2	Repas et casse-croûtes	38
5,806	5,153	5,670	5,998	5,591	- 2.2	- 7.0	Services et travaux de réparation	39
63,844	63,396	94,921	91,339	57,459	+ 1.8	+ 8.0	Tous autres rayons	40
3,434,723	3,325,508	3,924,183	3,945,841	3,142,710	- 4.1	- 1.4	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.



TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985(1)

		1985	1984					
		January <sup>P</sup>	January	February	March	April	May	June
Department		Janvier <sup>P</sup>	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	45,723	51,421	53,003	54,293	49,198	47,327	47,126
2	Women's and misses' coats and suits	60,525	50,969	46,723	54,850	54,447	46,817	45,072
3	Women's and misses' sportswear	154,271	161,151	163,198	163,520	157,425	158,775	163,811
4	Furs	24,397	21,180	21,158	21,871	21,215	24,728	25,619
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	87,416	86,182	88,721	93,953	85,610	83,951	84,024
6	Girls' and teenage girls' wear	50,132	41,517	46,638	53,320	41,454	46,195	45,657
7	Lingerie and women's sleepwear	53,963	54,205	55,449	56,375	55,649	53,933	54,832
8	Intimate apparel	43,403	41,047	42,242	41,889	40,478	39,737	40,998
9	Millinery	3,074	3,563	3,827	4,314	4,081	3,487	4,010
10	Women's and girls' hosiery	41,704	37,789	38,202	40,026	35,494	31,518	31,118
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	57,481	53,084	54,743	55,806	53,629	51,744	51,137
12	Women's, misses' and children's footwear	103,341	117,425	117,857	118,642	112,217	97,551	96,465
13	Men's clothing	169,439	164,414	156,580	169,186	164,136	164,129	158,040
14	Men's furnishings	172,266	160,898	164,324	169,076	163,805	166,550	158,273
15	Boys' clothing and furnishings	47,017	45,786	41,276	46,542	44,402	42,558	42,313
16	Men's and boys' footwear	68,637	86,047	84,775	81,440	81,723	75,062	74,326
17	Food and kindred products(2)	39,763	44,670	47,147	48,756	43,990	27,992	33,172
18	Toiletries, cosmetics and drugs	233,088	222,360	228,323	230,992	219,537	205,351	213,013
19	Photographic equipment and supplies	55,948	61,308	64,217	65,784	60,385	53,950	58,465
20	Piece goods	20,784	29,095	29,185	29,224	26,549	24,855	25,058
21	Linens and domestics	140,971	131,294	142,401	140,880	139,859	138,664	142,942
22	Smallwares and notions	43,276	42,203	43,003	43,629	43,192	40,168	42,749
23	China and glassware	79,935	98,931	105,127	100,431	99,338	95,762	90,296
24	Floor coverings	51,585	56,443	57,890	58,972	57,778	54,162	55,978
25	Draperies, curtains and furniture coverings	70,822	70,298	71,577	76,726	72,705	72,475	72,047
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	63,048	60,588	61,711	62,316	58,459	48,369	55,118
27	Furniture	156,261	171,247	160,718	179,645	177,636	169,248	184,829
28	Major appliances	67,208	69,159	70,393	68,706	67,325	63,645	68,892
29	Television, radio and music	145,093	167,343	169,365	169,811	160,668	158,537	161,137
30	Housewares and small electrical appliances	168,272	196,245	193,834	191,291	181,825	183,532	189,955
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	132,405	146,317	148,134	147,078	138,223	135,147	138,571
32	Plumbing, heating and building materials	25,519	33,876	36,652	37,795	35,113	27,927	29,649
33	Jewellery	118,804	124,857	122,815	124,532	122,313	125,353	123,648
34	Toys and games	134,724	108,192	99,379	109,425	106,720	105,997	110,192
35	Sporting goods and luggage	141,221	139,450	139,651	137,556	138,148	139,015	135,366
36	Stationery, books and magazines	152,549	138,335	140,958	157,654	142,027	142,018	138,657
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	55,941	54,070	51,826	56,767	52,115	51,828	54,514
38	Meals and lunches(2)	803	1,319	1,338	1,416	1,407	555	635
39	Repairs and services	5,364	5,921	6,205	5,952	5,549	5,744	5,659
40	All other departments	72,717	70,447	70,451	72,541	67,543	66,044	66,557
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,358,875	3,420,634	3,441,007	3,542,965	3,383,353	3,270,391	3,319,909

(1) The sum of the components may not equal to the total due to rounding.

(2) Due to the absence of seasonality, the seasonally adjusted data are equal to the unadjusted data.

TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1984 et 1985(1)

1984						Change - Variation		Rayon	NO
July	August	September	October	November	December <sup>c</sup>	January/ December 1985/1984			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre <sup>c</sup>	Janvier/ décembre 1985/1984			
Thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
57,684	60,108	59,472	57,090	49,481	51,403	- 11.1		Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
52,294	55,616	54,373	53,593	55,825	59,145	+ 2.3		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
159,967	188,173	177,632	173,458	164,479	156,848	- 1.6		Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
27,300	26,604	22,141	25,321	24,355	23,766	+ 2.7		Fourrures	4
76,434	91,025	85,093	80,545	82,760	84,057	+ 4.0		Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
44,410	47,525	47,311	49,546	47,671	46,050	+ 8.9		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
54,814	54,783	53,710	56,596	56,570	53,797	+ 0.3		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
39,739	41,666	41,662	40,764	42,911	43,595	- 0.4		Sous-vêtements	8
4,159	5,008	4,474	3,502	3,299	3,237	- 5.0		Chapeaux	9
30,460	34,662	34,578	35,127	35,070	38,590	+ 8.1		Bas pour dames et fillettes	10
52,796	54,237	55,017	54,018	59,910	62,477	- 8.0		Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
99,061	112,057	107,635	104,669	105,710	101,422	+ 1.9		Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
161,835	194,917	178,636	177,534	176,697	171,291	- 1.1		Vêtements pour hommes	13
138,587	156,394	159,071	165,264	176,473	179,343	- 3.9		Articles d'habillement pour hommes	14
40,951	41,933	40,969	42,255	42,537	42,354	+ 11.0		Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
73,928	77,288	78,027	77,360	73,291	70,410	- 2.5		Chaussures pour hommes et garçons	16
32,997	32,514	39,627	41,681	40,746	29,268	+ 35.9		Produits alimentaires et connexes(2)	17
216,202	218,868	228,521	218,286	225,857	216,699	+ 7.6		Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
56,444	56,531	55,559	56,037	52,719	51,344	+ 9.0		Appareils et fournitures photographiques	19
24,339	26,434	26,773	27,337	26,265	23,904	- 13.1		Tissus à la pièce	20
144,868	146,897	151,443	145,947	145,329	140,785	+ 0.1		Literie et linge de maison	21
42,566	43,445	42,626	43,860	43,261	43,822	- 1.2		Menus articles	22
94,485	92,494	91,044	91,577	87,108	82,293	- 2.9		Porcelaine et verrerie	23
58,727	59,558	60,877	55,603	53,278	51,075	+ 1.0		Revêtements de plancher	24
73,125	75,539	78,839	75,418	76,256	71,555	- 1.0		Tentures, rideaux et housses	25
57,183	54,784	67,393	59,022	67,686	60,724	+ 3.8		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
185,970	180,142	183,613	179,942	159,797	156,823	- 0.4		Meubles	27
68,236	68,019	70,878	76,613	72,539	66,553	+ 1.0		Gros appareils ménagers	28
162,309	163,355	164,462	162,748	157,934	149,925	- 3.2		Télévision, radio et musique	29
191,641	194,846	187,235	182,230	172,899	162,327	+ 3.7		Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
133,379	140,119	140,009	139,953	137,507	132,576	- 0.1		Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
29,107	29,684	29,846	29,688	27,718	27,283	- 6.5		Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
127,766	127,348	128,894	126,706	124,471	119,718	- 0.8		Bijouterie	33
110,864	102,634	100,006	97,151	129,686	149,783	- 10.1		Jouets et jeux	34
135,648	139,993	136,135	136,716	136,805	139,114	+ 1.5		Articles de sport et valises	35
139,150	140,702	150,328	134,090	157,473	156,611	- 2.6		Papeterie, livres et revues	36
49,316	50,880	46,976	45,091	49,764	53,921	+ 3.7		Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
917	667	549	609	429	169	+ 374.0		Repas et casse-croûtes(2)	38
5,649	5,670	5,246	5,438	5,563	5,522	- 2.9		Services et travaux de réparation	39
66,677	67,828	67,645	76,645	71,580	67,600	+ 7.6		Tous autres rayons	40
3,321,969	3,460,932	3,454,313	3,405,015	3,419,696	3,347,166	+ 0.3		TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) La somme des composantes peut ne pas être égale au total en raison de l'arrondissement.

(2) Puisqu'il y a absence de saisonnalité, les données désaisonnalisées sont par conséquent égales aux données non désaisonnalisées.

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985

		1985	1984					
No.	Department	January	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4.42	5.36	4.86	4.29	3.60	2.66	2.03
2	Women's and misses' coats and suits	3.68	3.07	2.80	2.56	2.54	2.71	3.40
3	Women's and misses' sportswear	3.87	4.21	3.99	3.42	3.60	2.87	2.31
4	Furs	4.63	3.94	7.47	9.50	26.01	45.92	46.05
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.90	3.96	4.43	3.88	3.72	3.89	3.37
6	Girls' and teenage girls' wear	4.24	3.90	3.85	3.37	2.93	3.02	2.58
7	Lingerie and women's sleepwear	3.73	4.01	3.81	3.48	3.85	2.88	2.52
8	Intimate apparel	5.12	5.20	5.02	3.80	3.96	3.59	3.18
9	Millinery	2.00	2.57	3.14	2.32	2.09	2.23	1.96
10	Women's and girls' hosiery	4.43	3.95	4.15	3.65	3.41	3.00	3.15
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.90	5.03	5.80	4.52	4.14	3.26	3.07
12	Women's, misses' and children's footwear	5.71	6.86	7.19	5.46	4.66	4.09	3.67
13	Men's clothing	5.32	5.60	6.13	5.09	4.99	4.61	3.29
14	Men's furnishings	5.44	5.34	5.50	4.27	4.54	4.24	2.42
15	Boys' clothing and furnishings	5.53	5.65	5.14	4.10	3.38	3.29	2.99
16	Men's and boys' footwear	5.57	8.11	7.65	5.49	4.96	5.27	3.72
17	Food and kindred products	0.81	0.92	0.79	1.00	0.77	0.40	0.62
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.78	5.91	4.90	4.53	5.08	4.01	4.30
19	Photographic equipment and supplies	6.38	6.38	6.68	6.16	6.69	4.88	4.09
20	Piece goods	6.39	6.90	7.19	7.01	7.48	6.18	6.89
21	Linens and domestics	4.09	4.20	9.08	6.26	6.84	5.53	5.04
22	Smallwares and notions	4.12	4.28	5.77	4.77	6.79	6.32	7.17
23	China and glassware	9.44	13.69	11.86	9.71	11.57	7.65	8.48
24	Floor coverings	5.73	5.62	5.80	4.54	4.81	4.74	5.25
25	Draperies, curtains and furniture coverings	7.08	6.89	6.24	5.50	5.08	4.51	4.46
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	10.12	8.64	9.63	8.27	8.21	6.73	8.16
27	Furniture	3.40	4.32	4.45	4.29	4.86	3.48	3.69
28	Major appliances	1.69	1.85	2.27	1.64	1.81	1.42	1.27
29	Television, radio and music	4.07	4.71	5.04	4.25	5.15	4.83	4.98
30	Housewares and small electrical appliances	6.46	8.20	6.33	6.83	6.72	5.52	5.44
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.58	7.79	8.10	6.51	5.49	3.81	4.20
32	Plumbing, heating and building materials	3.52	4.25	4.49	4.04	3.39	2.17	1.82
33	Jewellery	10.08	11.72	9.49	7.50	7.74	6.20	6.13
34	Toys and games	8.98	8.78	6.28	5.46	6.08	5.05	5.32
35	Sporting goods and luggage	6.02	6.47	8.22	6.55	6.18	5.02	4.01
36	Stationery, books and magazines	6.12	6.04	5.43	5.60	6.12	5.56	5.50
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	4.53	3.46	3.40	3.33	3.21	2.99	2.93
38	Meals and lunches	0.05	0.07	0.07	0.07	0.08	0.03	0.03
39	Repairs and services	0.50	0.67	0.69	0.54	0.58	0.52	0.51
40	All other departments	2.36	2.35	2.67	2.69	2.42	1.67	1.68
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.20	4.56	4.65	4.13	4.22	3.53	3.28

TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984						Rayon	N°
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
3.85	3.28	3.49	3.92	3.37	2.00	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
8.36	4.42	3.98	2.99	2.50	2.19	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
3.40	3.72	2.65	3.53	3.00	1.72	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
22.18	14.76	7.30	5.93	3.24	3.24	Fourrures	4
4.76	3.42	3.31	3.52	2.99	2.19	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4.51	1.91	2.63	3.76	2.42	1.46	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
3.09	3.39	2.85	3.90	2.75	0.92	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.71	3.76	3.01	4.24	4.27	3.01	Sous-vêtements	8
2.59	3.81	2.30	1.68	1.42	1.30	Chapeaux	9
4.65	4.71	2.64	3.35	3.07	2.22	Bas pour dames et fillettes	10
4.72	4.48	3.19	3.81	2.88	1.34	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
5.45	4.57	3.29	3.77	3.11	2.86	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
5.90	7.00	4.35	5.19	3.45	2.02	Vêtements pour hommes	13
3.68	4.53	3.74	5.00	3.09	1.23	Articles d'habillement pour hommes	14
5.23	1.90	3.03	4.07	2.77	1.44	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
5.86	5.24	4.22	5.38	3.51	2.44	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.62	0.45	0.64	0.77	0.65	0.27	Produits alimentaires et connexes	17
4.72	4.36	4.23	4.90	4.17	1.61	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
4.49	4.08	4.28	6.22	3.77	1.48	Appareils et fournitures photographiques	19
7.60	7.31	5.77	6.70	5.76	6.88	Tissus à la pièce	20
4.66	4.53	4.06	5.10	4.56	3.18	Literie et linge de maison	21
6.85	6.31	3.78	4.60	3.87	3.61	Menus articles	22
8.97	9.93	7.11	8.34	4.82	2.50	Porcelaine et verrerie	23
5.19	5.49	4.39	3.83	3.09	4.58	Revêtements de plancher	24
4.73	5.23	4.68	4.85	4.32	4.30	Tentures, rideaux et housses	25
7.78	7.87	7.90	7.99	5.80	2.59	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3.57	4.08	3.63	4.16	3.16	4.16	Meubles	27
1.38	1.42	1.32	1.66	1.55	1.36	Gros appareils ménagers	28
4.42	4.24	2.75	4.17	3.14	1.68	Télévision, radio et musique	29
5.78	5.82	5.44	5.57	4.23	1.82	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
5.07	5.82	5.76	5.59	4.69	3.69	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
2.45	2.82	2.94	2.77	2.71	2.97	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
7.69	7.20	5.56	7.76	5.01	1.62	Bijouterie	33
5.74	6.10	6.15	4.91	2.92	1.14	Jouets et jeux	34
4.55	5.31	6.23	8.83	5.48	2.64	Articles de sport et valises	35
6.71	4.34	4.70	6.01	4.34	1.78	Papeterie, livres et revues	36
3.18	2.90	3.37	2.50	2.48	2.88	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
0.04	0.03	0.02	0.03	0.02	0.01	Repas et casse-croûtes	38
0.60	0.60	0.51	0.47	0.38	0.41	Services et travaux de réparation	39
2.12	2.29	2.21	2.95	2.49	1.00	Tous autres rayons	40
3.97	3.82	3.42	4.02	3.10	1.80	TOTAL, TOUS RAYONS	41



TABLE 27. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985	1984					
		January	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.21	0.19	0.22	0.25	0.28	0.34	0.38
2	Women's and misses' coats and suits	0.27	0.32	0.36	0.42	0.38	0.30	0.32
3	Women's and misses' sportswear	0.25	0.23	0.26	0.31	0.29	0.34	0.37
4	Furs	0.21	0.24	0.13	0.11	0.04	0.02	0.02
5	Infants' and children's wear and nursery	0.24	0.23	0.24	0.27	0.29	0.24	0.27
6	Girls' and teenage girls' wear	0.24	0.24	0.30	0.33	0.32	0.33	0.32
7	Lingerie and women's sleepwear	0.27	0.24	0.27	0.30	0.28	0.33	0.34
8	Intimate apparel	0.20	0.20	0.19	0.26	0.26	0.27	0.30
9	Millinery	0.37	0.33	0.30	0.39	0.52	0.42	0.87
10	Women's and girls' hosiery	0.23	0.24	0.25	0.29	0.29	0.31	0.32
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.19	0.20	0.18	0.23	0.24	0.29	0.31
12	Women's, misses' and children's footwear	0.17	0.14	0.15	0.19	0.22	0.22	0.23
13	Men's clothing	0.16	0.16	0.18	0.21	0.20	0.21	0.21
14	Men's furnishings	0.18	0.19	0.19	0.24	0.23	0.24	0.24
15	Boys' clothing and furnishings	0.20	0.18	0.19	0.26	0.30	0.28	0.28
16	Men's and boys' footwear	0.17	0.12	0.13	0.18	0.22	0.18	0.21
17	Food and kindred products	1.59	1.31	1.30	1.05	1.21	1.81	1.53
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.19	0.18	0.19	0.23	0.20	0.23	0.25
19	Photographic equipment and supplies	0.18	0.16	0.15	0.16	0.15	0.19	0.19
20	Piece goods	0.13	0.13	0.14	0.15	0.12	0.16	0.15
21	Linens and domestics	0.23	0.22	0.12	0.16	0.15	0.18	0.19
22	Smallwares and notions	0.22	0.21	0.18	0.21	0.16	0.15	0.16
23	China and glassware	0.09	0.06	0.09	0.10	0.09	0.13	0.12
24	Floor coverings	0.17	0.17	0.17	0.22	0.21	0.20	0.24
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.14	0.15	0.16	0.19	0.20	0.22	0.24
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.10	0.12	0.11	0.12	0.12	0.14	0.13
27	Furniture	0.26	0.20	0.21	0.26	0.22	0.27	0.23
28	Major appliances	0.56	0.52	0.46	0.58	0.57	0.66	0.68
29	Television, radio and music	0.23	0.21	0.20	0.24	0.20	0.20	0.20
30	Housewares and small electrical appliances	0.16	0.13	0.15	0.14	0.16	0.18	0.17
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.17	0.12	0.13	0.16	0.18	0.26	0.25
32	Plumbing, heating and building materials	0.24	0.19	0.22	0.25	0.30	0.38	0.31
33	Jewellery	0.10	0.09	0.10	0.14	0.13	0.16	0.14
34	Toys and games	0.12	0.12	0.15	0.19	0.18	0.18	0.15
35	Sporting goods and luggage	0.16	0.14	0.13	0.16	0.18	0.20	0.19
36	Stationery, books and magazines	0.17	0.17	0.18	0.19	0.17	0.18	0.19
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.20	0.25	0.29	0.31	0.32	0.33	0.35
38	Meals and lunches	33.66	16.43	13.77	15.74	13.45	19.76	14.88
39	Repairs and services	1.97	1.55	1.45	1.80	1.73	1.88	2.11
40	All other departments	0.43	0.39	0.39	0.41	0.43	0.56	0.51
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.23	0.21	0.21	0.25	0.24	0.27	0.27

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984						Rayon	No
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
0.30	0.30	0.29	0.28	0.28	0.44	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
0.17	0.24	0.27	0.33	0.37	0.38	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.30	0.30	0.36	0.30	0.33	0.48	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
0.05	0.07	0.13	0.19	0.29	0.29	Fourrures	4
0.22	0.30	0.29	0.30	0.32	0.44	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.25	0.51	0.38	0.29	0.40	0.53	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.33	0.30	0.34	0.30	0.39	0.78	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.27	0.27	0.31	0.26	0.25	0.32	Sous-vêtements	8
0.42	0.31	0.43	0.62	0.79	0.71	Chapeaux	9
0.22	0.24	0.35	0.32	0.33	0.43	Bas pour dames et fillettes	10
0.23	0.23	0.32	0.29	0.38	0.60	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.19	0.23	0.29	0.28	0.31	0.32	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.18	0.17	0.21	0.21	0.29	0.43	Vêtements pour hommes	13
0.26	0.24	0.27	0.23	0.33	0.64	Articles d'habillement pour hommes	14
0.22	0.45	0.34	0.28	0.34	0.59	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.17	0.20	0.23	0.21	0.27	0.37	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.57	2.02	1.74	1.48	1.63	2.34	Produits alimentaires et connexes	17
0.22	0.22	0.24	0.22	0.25	0.52	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
0.22	0.24	0.22	0.19	0.24	0.58	Appareils et fournitures photographiques	19
0.13	0.15	0.16	0.17	0.16	0.14	Tissus à la pièce	20
0.21	0.22	0.24	0.20	0.23	0.31	Literie et linge de maison	21
0.15	0.16	0.25	0.23	0.25	0.29	Menus articles	22
0.12	0.10	0.13	0.13	0.21	0.39	Porcelaine et verrerie	23
0.20	0.18	0.22	0.26	0.31	0.23	Revêtements de plancher	24
0.21	0.19	0.21	0.21	0.23	0.23	Tentures, rideaux et housses	25
0.13	0.12	0.14	0.13	0.18	0.32	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.28	0.23	0.27	0.26	0.28	0.26	Meubles	27
0.73	0.68	0.76	0.67	0.66	0.71	Gros appareils ménagers	28
0.22	0.24	0.35	0.26	0.32	0.54	Télévision, radio et musique	29
0.17	0.17	0.17	0.19	0.24	0.47	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
0.19	0.18	0.16	0.19	0.21	0.26	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.42	0.36	0.34	0.37	0.36	0.36	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
0.13	0.14	0.17	0.14	0.21	0.52	Bijouterie	33
0.18	0.17	0.17	0.22	0.37	0.64	Jouets et jeux	34
0.22	0.18	0.16	0.13	0.17	0.34	Articles de sport et valises	35
0.16	0.22	0.22	0.17	0.26	0.46	Papeterie, livres et revues	36
0.30	0.36	0.28	0.41	0.41	0.38	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
26.14	30.08	41.66	41.37	51.72	115.67	Repas et casse-croûtes	38
1.68	1.71	1.83	2.25	2.72	2.36	Services et travaux de réparation	39
0.47	0.44	0.45	0.41	0.39	0.77	Tous autres rayons	40
0.25	0.26	0.28	0.26	0.32	0.48	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1983-1985

TABLEAU 28. Montants à recevoir(1), non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985

Month	1983	1984	1985	Change from previous month	Change 1985/1984
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1985/1984
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,666,708	1,774,688	1,993,050	- 7.4	+ 12.3
February - Février	1,598,345	1,720,876			
March - Mars	1,565,461	1,695,381			
April - Avril	1,582,875	1,709,348			
May - Mai	1,591,140	1,708,627			
June - Juin	1,585,200	1,719,376			
July - Juillet	1,553,254	1,695,712			
August - Août	1,542,394	1,689,630			
September - Septembre	1,591,826	1,746,901			
October - Octobre	1,631,976	1,799,737			
November - Novembre	1,702,704	1,893,508			
December - Décembre	1,887,032	2,152,790			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

TABLEAU 29. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985

Month	1983	1984	1985	Change from previous month	Change 1985/1984
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1985/1984
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,583.0	1,686.0	1,891.0P	- 0.3P	+ 12.2P
February - Février	1,603.0	1,668.0			
March - Mars	1,590.0	1,722.0			
April - Avril	1,609.0	1,732.0			
May - Mai	1,623.0	1,741.0			
June - Juin	1,634.0	1,764.0			
July - Juillet	1,632.0	1,776.0			
August - Août	1,629.0	1,784.0			
September - Septembre	1,632.0	1,798.0			
October - Octobre	1,649.0	1,819.0			
November - Novembre	1,659.0	1,849.0			
December - Décembre	1,668.0	1,897.0r			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Department Store Sales and  
Stocks, MCD, Seasonal  
and Trading Day Factors

Ventes et stocks des grands  
magasins MDC et coefficients de  
corrections des variations  
saisonnières et des jours  
commerciaux



TABLE 30. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1984 and 1985

No.	Department	Sales - Combined Seasonal and Trading Day Factors			
		Ventes - Coefficients combinés de correction des variations saisonnières et des jours commerciaux			
		MCD in January	December <sup>F</sup> 1984	January <sup>P</sup> 1985	February(1) 1985
		MDC en Janvier	Décembre <sup>F</sup> 1984	Janvier <sup>P</sup> 1985	Février(1) 1985
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	142.66	54.93	64.80
2	Women's and misses' coats and suits	8	140.14	80.44	75.99
3	Women's and misses' sportswear	4	144.43	60.81	67.85
4	Furs	12	233.69	157.53	105.35
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	151.61	74.44	69.27
6	Girls' and teenage girls' wear	5	149.58	50.98	64.17
7	Lingerie and women's sleepwear	4	244.38	58.20	61.27
8	Intimate apparel	4	136.86	80.12	71.26
9	Millinery	8	238.56	78.92	56.59
10	Women's and girls' hosiery	4	158.16	80.55	72.33
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	240.41	59.06	53.67
12	Women's, misses' and children's footwear	5	128.97	60.19	57.29
13	Men's clothing	4	195.07	61.36	58.74
14	Men's furnishings	5	250.31	55.14	54.13
15	Boys' clothing and furnishings	6	180.89	55.16	54.80
16	Men's and boys' footwear	6	154.14	60.70	58.15
17	Food and kindred products	4	136.41	84.40	99.61
18	Toiletries, cosmetics and drugs	2	221.06	77.85	75.18
19	Photographic equipment and supplies	4	229.50	68.89	60.75
20	Piece goods	6	100.45	81.34	83.32
21	Linens and domestics	3	156.81	107.91	58.72
22	Smallwares and notions	4	147.08	107.96	82.54
23	China and glassware	4	267.78	57.70	63.39
24	Floor coverings	6	99.40	84.09	79.14
25	Draperies, curtains and furniture coverings	4	114.31	70.72	70.25
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	231.29	73.35	62.09
27	Furniture	5	96.20	94.72	74.29
28	Major appliances	5	109.37	89.52	71.99
29	Television, radio and music	5	202.50	82.43	68.90
30	Housewares and small electrical appliances	3	217.32	68.83	76.62
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	133.94	73.39	64.77
32	Plumbing, heating and building materials	6	107.02	71.21	69.62
33	Jewellery	3	298.89	48.61	53.74
34	Toys and games	4	352.46	39.89	42.96
35	Sporting goods and luggage	3	184.88	69.84	56.06
36	Stationery, books and magazines	4	236.56	70.09	69.83
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	6	131.93	82.66	70.33
38	Meals and lunches	3	146.86	88.15	80.77
39	Repairs and services	6	123.75	88.30	82.92
40	All other departments	5	166.52	71.58	66.88
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	177.95	72.56	71.48

(1) Seasonal and trading day factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the appendix IV (on page 47).

(2) Seasonal factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the appendix IV (on page 47).

TABLEAU 30. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1984 et 1985

## Stocks - Seasonal Factors

## Stocks - Coefficients de correction des variations saisonnières

				Rayon	NO
MCD in January	December <sup>F</sup> 1984	January <sup>P</sup> 1985	February(2) 1985		
MDC en Janvier	Décembre <sup>F</sup> 1984	Janvier <sup>P</sup> 1985	Février(2) 1985		
4	88.73	85.77	93.63	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
4	85.84	80.07	84.80	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
3	85.65	83.27	88.69	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
5	106.76	97.30	87.18	Fourrures	4
5	96.25	82.04	85.36	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4	75.23	74.34	87.26	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
4	83.56	81.91	84.26	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3	104.89	107.05	96.16	Sous-vêtements	8
5	161.23	101.51	83.37	Chapeaux	9
4	93.49	90.93	90.55	Bas pour dames et fillettes	10
3	88.37	86.94	92.26	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
3	90.95	85.05	92.41	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
4	96.59	73.62	87.43	Vêtements pour hommes	13
3	81.55	83.14	87.82	Articles d'habillement pour hommes	14
4	83.85	91.00	96.81	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
4	90.49	86.79	87.99	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	...	...	...	Produits alimentaires et connexes	17
4	94.50	109.73	87.39	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
4	85.43	99.29	90.50	Appareils et fournitures photographiques	19
4	103.89	86.42	89.30	Tissus à la pièce	20
3	104.58	91.09	101.11	Literie et linge de maison	21
4	105.20	88.28	87.83	Menus articles	22
3	113.40	85.24	94.51	Porcelaine et verrerie	23
3	107.39	98.44	95.51	Revêtements de plancher	24
3	102.50	99.05	95.98	Tentures, rideaux et housses	25
4	87.83	89.49	90.36	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3	114.78	92.90	90.10	Meubles	27
4	111.97	100.21	104.24	Gros appareils ménagers	28
3	99.87	92.11	90.15	Télévision, radio et musique	29
3	90.57	98.10	91.43	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
4	98.87	88.07	88.29	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
5	124.65	95.02	93.34	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
3	91.62	91.95	92.78	Bijouterie	33
4	69.91	83.70	77.82	Jouets et jeux	34
4	90.82	80.44	82.58	Articles de sport et valises	35
3	84.55	88.84	84.23	Papeterie, livres et revues	36
5	116.97	96.48	91.46	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...	...	...	...	Repas et casse-croûtes	38
6	101.25	101.90	91.90	Services et travaux de réparation	39
5	85.00	80.40	80.73	Tous autres rayons	40
3	93.89	89.74	93.94	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Prévision des coefficients combinés de correction des variations saisonnières et des jours commerciaux. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV (à la page 47).

(2) Prévision des coefficients combinés de correction des variations saisonnières. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV (à la page 47).



## APPENDIX

## APPENDICES





## APPENDIX I

### DEFINITIONS

#### Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

#### Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics. It must sell the following general lines of merchandise:

**Family clothing and apparel.** This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least **six** of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

**Furniture, appliance and home furnishings.** This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least **four** of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

## APPENDICE I

### DÉFINITIONS

#### Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et des services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

#### Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes:

**Vêtements pour la famille.** Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **six** des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent se faire dans le groupe de vêtements pour la famille.

**Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.** Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine et verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; gros appareils, télévision, radio et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **quatre** des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

**All other (miscellaneous).** This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, **such as:** toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

### Total Net Sales and Receipts

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

### Stocks

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

### Accounts Receivable

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

### Junior Department Store

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

**Tous autres articles (divers).** Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, **telles que:** articles de toilette, cosmétiques et médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

### Ventes et recettes nettes totales

Les ventes et recettes nettes totales sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

### Stocks

Les stocks englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

### Comptes à recevoir

Par comptes à recevoir on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

### Grand magasin populaire

Les grands magasins populaires sont définis comme étant des points de ventes au détail qui offrent la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

## APPENDIX II

### **METHODOLOGY**

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The **monthly stock values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The **monthly accounts receivable values**, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

## APPENDICE II

### **MÉTHODOLOGIE**

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le **chiffre des stocks mensuels par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le **chiffre des comptes à recevoir mensuel** pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtes retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.





## APPENDIX III

### DATA RELIABILITY

#### Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

**Coverage error.** This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

**Data response error.** This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

**Non-response error.** Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

**Processing error.** These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

## APPENDICE III

### FIABILITÉ DES DONNÉES

#### Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

**Le champ couvert par l'enquête.** L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

**La réponse.** Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un interviewer à l'autre dans le mode de communication retenu, lorsqu'il s'agit d'expliquer des questions et l'interpréter des réponses.

**La non-réponse.** Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables et encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

**Le traitement.** L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

### Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the response rate is based on (1) the survey unit - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) the organizational unit - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example,

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. En ce qui concerne les estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreurs. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

### Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'enquête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins.

a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte des deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1985  
January

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1985  
Janvier

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	99.0	94.7	99.9
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	57.9	87.6
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	42.1	62.5
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	81.8	97.4





## APPENDIX IV

### SEASONAL ADJUSTMENT

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time."(1) In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal (variations) and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method(2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times.(3) These procedures, used to deter-

## APPENDICE IV

### DÉSAISONNALISATION

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps"(1). L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI(2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et retrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises(3). Ces étapes déterminant les

(1) "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," **Canada Statistical Review**, August 1974.

(2) For further information see the **X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

(3) See next page.

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la **Revue statistique du Canada**, Août 1974.

(2) Pour plus ample information voir **La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, no. 12-564F au catalogue, hors série.

(3) Voir page suivante.

mine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are, since May 1983, executed every month instead of once a year. This permits us to update each month the reference series from which we derive the final estimations of the seasonal factors with the previous month's revised data.

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.<sup>(3)</sup> The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Commencing with March 1984, the Canada seasonally adjusted total is now derived "indirectly" by the summation of the 40 individually seasonally adjusted departments. Previously, this total was derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly".<sup>(4)</sup> Also in March 1984, the

facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales, sont depuis mai 1983, exécutées à chaque mois au lieu d'une seule fois par an. Il nous est donc possible de mettre à jour mensuellement les séries de référence desquelles on dérive les estimations finales des facteurs saisonniers, en employant les données les plus récentes disponibles.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois à dominance cyclique, ou MDC.<sup>(3)</sup> Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, il s'agit de la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Depuis mars 1984, le total désaisonnalisé au niveau du Canada est dérivé de "façon indirecte" en faisant la somme des 40 rayons désaisonnalisés séparément au préalable. Auparavant, ce total était obtenu en désaisonnant de "façon directe" les données brutes du total, au niveau du Canada<sup>(4)</sup>. De plus, la désaisonnalisation inter-

(3) See Table 30.

(4) Refer to: Lothian, J. and Morry, M. (1977): The Problem of Aggregation; Direct or Indirect, Ottawa: Seasonal Adjustment and Time Series Analysis Division, Statistics Canada.

(3) Voir tableau 30.

(4) Consulter: Lothian, J. et Morry, M. (1977): Aggrégation directe ou indirecte, Ottawa, Division des séries chronologiques, de la recherche et de l'analyse, Statistique Canada.

end-point seasonal adjustment method was adopted. For the period May 1983 to February 1984, a modified version of the "end-point seasonal adjustment" method, employing a projected factor for the current month only, was utilized. Prior to May 1983, seasonally adjusted data were derived on a monthly basis by employing projected seasonal factors (forecasted one year in advance) calculated once a year.

## REVISION PROCEDURES

Due to the fact that statistical surveys are subject to different type of errors (as described previously in this section) and that to obtain a 100% response rate each month under a data collection program by mail would prove to be very difficult (almost impossible sometimes) and costly, results must be revised on an ongoing basis as new information is received, enabling us to update our statistical series accordingly.

Revisions of two different types are made in regard to the Department Store Sales and Stocks Survey: **the first relates to the way data are gathered while the second results from the seasonal adjustment procedures.** In the first type of revision, corrections apply only to the previous year data. They are conducted after the end of the year and, consequently, the revised figures are published in the March issue of the following year of the present bulletin. The second type of revisions are both monthly and annual. In the case of the monthly revisions, the corrected figures for the current month (June for example), are published in the following month issue of the present catalogue (July), while the annual revisions are published once a year in the March issue.

Generally, revised data are indicated with an "r" beside the name of the month to which they apply, in order to inform the user of these changes.

polative a été adoptée en mars 1984. Pour la période s'échelonnant de mai 1983 à février 1984, on a utilisé une version modifiée de la désaisonnalisation interpolative, employant une prévision du facteur de désaisonnalisation pour le mois courant seulement. Avant mai 1983, les données désaisonnalisées étaient dérivées sur une base mensuelle, à l'aide de prévisions (une année à l'avance) des facteurs saisonniers calculés une fois par année.

## PROCÉDURES DE RÉVISION

Puisque les enquêtes statistiques sont sujettes à différents types d'erreurs (telles qu'explicitées précédemment dans cette section) et qu'il serait très coûteux et difficile (pratiquement impossible parfois) d'atteindre, à partir d'un programme de collecte de données par la poste, un taux de réponse de 100%, il faut donc réviser les résultats sur une base régulière afin de mettre à jour les séries statistiques en découlant, à mesure que de nouvelles informations nous sont transmises.

On compte donc des révisions de deux types en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins: **les premières sont liées à la façon dont les données sont produites tandis que les secondes résultent de la procédure de désaisonnalisation.** Les révisions du premier type ne se rapportent qu'aux seules données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les révisions du deuxième type sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas de celles mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (soit juin par exemple) sont ajoutées à la publication du mois suivant (juillet) tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une fois l'an, dans le bulletin de mars.

En général, on avise l'utilisateur de ces changements, en inscrivant un "r" à coté du nom du mois auquel on applique des révisions.



## NUMBER OF SHOPPING DAYS

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table III for the number of shopping days the current publication is based on.

## NOMBRE DE JOURS COMMERCIAUX

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif III donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

TEXT TABLE III. Number of Shopping Days, by Month, 1984 and 1985

TABLEAU EXPLICATIF III. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1984 et 1985

	1985		1984	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	26	4	26	4
February - Février	24	4	25	4
March - Mars	26	5	27	5
April - Avril	25	4	24	4
May - Mai	26	4	26	4
June - Juin	25	5	26	5
July - Juillet	26	4	26	4
August - Août	26	5	26	4
September - Septembre	24	4	24	5
October - Octobre	26	4	26	4
November - Novembre	26	5	26	4
December - Décembre	25	4	25	5

## APPENDIX V

### CONSTANT DOLLAR ESTIMATES

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Text Table II), estimates of sales by department group are deflated using department group implicit price indices supplied by the Industry Product Division of Statistics Canada. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

### DATA CONFIDENTIALITY

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business.<sup>(5)</sup> The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld on this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information from selected regions (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential, form. For example, in many cases the data for the Northwest Territories and the Yukon are included with the British Columbia data.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

<sup>(5)</sup> See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

## APPENDICE V

### ESTIMATIONS EN DOLLARS CONSTANTS

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau explicatif II), les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées au moyen des indices implicites de prix appropriés fournis par la Division du produit industriel de Statistique Canada. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

### CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de cette dernière<sup>(5)</sup>. Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un X aux différents postes visés dans la publication.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) pour certaines régions (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple dans bien des cas, les données relatives aux Territoires du Nord-Ouest et du Yukon sont incluses avec celles de la Colombie-Britannique.

Ainsi, par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement en fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

<sup>(5)</sup> Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.

TEXT TABLE II. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1983-1985

TABLEAU EXPLICATIF II. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1983-1985

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		'000	%	'000	%
<b>1983:</b>					
January - Janvier	206.6	623,021	+ 3.8	301,559	- 0.2
February - Février	213.2	603,808	+ 4.5	283,212	+ 0.3
March - Mars	211.9	787,544	+ 13.5	371,658	+ 9.3
April - Avril	215.4	775,226	- 1.7	359,901	- 5.8
May - Mai	215.8	842,133	+ 3.5	390,238	--
June - Juin	214.9	920,150	+ 16.3	428,176	+ 12.3
July - Juillet	212.9	813,746	+ 6.5	382,220	+ 2.9
August - Août	213.8	850,885	+ 9.7	397,982	+ 6.3
September - Septembre	211.1	922,067	+ 7.1	436,792	+ 4.1
October - Octobre	214.3	922,014	+ 7.3	430,245	+ 4.2
November - Novembre	215.1	1,138,763	+ 6.1	529,411	+ 3.0
December - Décembre	213.6	1,731,121	+ 7.6	810,450	+ 5.0
Year - Année	213.4	10,930,478	+ 7.1	5,121,844	+ 3.6
<b>1984:</b>					
January - Janvier	214.3	649,360	+ 4.2	303,014	+ 0.5
February - Février	218.7	659,335	+ 9.2	301,479	+ 6.4
March - Mars	217.1	806,713	+ 2.4	371,586	--
April - Avril	220.4	842,716	+ 8.7	382,358	+ 6.2
May - Mai	222.1	927,771	+ 10.2	417,727	+ 7.0
June - Juin	220.1	941,318	+ 2.3	427,677	- 0.1
July - Juillet	218.4	806,302	- 0.9	369,186	- 3.4
August - Août	218.9	872,975	+ 2.6	398,801	+ 2.1
September - Septembre	215.2	947,867	+ 2.8	440,459	+ 0.8
October - Octobre	220.0	957,575	+ 3.9	435,261	+ 1.2
November - Novembre	220.5	1,254,727	+ 10.2	569,037	+ 7.5
December - Décembre	218.0	1,718,033	- 0.8	788,089	- 2.8
Year - Année	218.7	11,384,692	+ 4.2	5,204,674	+ 1.6
<b>1985:</b>					
January - Janvier	219.9	692,671	+ 6.7	314,994	+ 4.0
February - Février					
March - Mars					
April - Avril					
May - Mai					
June - Juin					
July - Juillet					
August - Août					
September - Septembre					
October - Octobre					
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					

## EXPLANATORY NOTES

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios(6) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stocks ratios(7) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

---

(6) See Table 26.

(7) See Table 27.

## NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage donnée dans la présente publication est fondée sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elle tient compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elle ne se limite pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes(6) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks(7) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

---

(6) Voir tableau 26.

(7) Voir tableau 27.





## APPENDIX VI - APPENDICE VI

### LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

#### MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland  
Baine Johnstone & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 4100, St. John's, Newfoundland  
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario (Closed July 1984 - Fermée Juillet 1984)  
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario  
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario(1)  
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island  
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon(2)  
Hougens Watson Lake 84, Box 97, Watson Lake, Yukon(2)  
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec  
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario(2)  
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan  
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario  
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec  
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario (Closed February 1983 - Fermée février 1983)  
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario  
Simpsons Ltd., 176 Yonge St., Toronto, Ontario  
Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario  
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario  
Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

#### JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario  
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario (Closed January 1984 - Fermée janvier 1984)  
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec  
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario  
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario(2)  
Zeller's Ltd., 5250 Décarie Blvd., Montréal, Québec

- (1) Goudies Ltd. has been reclassified to the "Family Clothing" trade group as of January 1, 1985.  
(1) Goudies Ltd. est reclassifié au groupe des magasins de "vêtements pour famille" depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1985.  
(2) All department stores in the Yukon and Northwest Territories have been reclassified to the "General Merchandise" trade group as of January 1, 1985.  
(2) Tous les grands magasins du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest sont reclassifiés à d'autres genres de commerce du groupe des magasins de "Marchandises diverses" depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1985.

## SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Merchandising and Services Division in the Retail Trade sector.

### Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil. 36 pp. First Issue, 1938. (ISSN 0380-7045).

Total sales and number of outlets, by province and selected metropolitan area, and sales and inventories by department, Canada.

- 63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil. 1 pp. First Issue, 1950. (ISSN 0709-8650).

Total sales and percentage changes of sales by region.

- 63-005 Retail Trade. M. Bil. Approx. 65 pp. First Issue, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total retail sales by province and kind of business, for chain and independent stores; seasonally adjusted sales, Canada.

- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil. Approx. 15 pp. First Issue, 1932. (ISSN 0705-5595).

Number and value of new passenger cars, trucks and buses sold by province and by origin (Canada and U.S. or imported). Monthly unit sales, by type and origin, seasonally adjusted.

- 63-014 Merchandising Inventories. M. Bil. 24 pp. First Issue, 1972. (ISSN 0380-7177).

Inventories and stocks/sales ratios, by type of trade for wholesale, by department for department stores, by kind of business for chain stores and independent stores: quarterly percentage changes for independent stores by kind of business.

- 63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil. Approx. 74 pp. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total retail sales by chain and department stores by province, selected localities and kind of business including data on floor area, inventory and accounts receivable.

## CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division du commerce et des services.

### Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938. (ISSN 0380-7045).

Ventes totales et nombre de points de vente par provinces et certaines régions métropolitaines, ventes et stocks par rayon, Canada.

- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil. 1 page. Premier numéro, 1950. (ISSN 0709-8650).

Variations en pourcentage et ventes par région.

- 63-005 Commerce de détail. M. Bil. Environ 65 pages. Premier numéro, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total des ventes au détail par province et genre de commerce, pour les magasins à succursales et les magasins indépendants; chiffres désaisonnalisés, Canada.

- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil. Environ 15 pages. Premier numéro, 1932. (ISSN 0705-5595).

Nombre et valeur des voitures particulières, des camions et des autobus neufs vendus par province et par lieu d'origine (Canada et É.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

- 63-014 Stocks commerciaux. M. Bil. 24 pages. Premier numéro, 1972. (ISSN 0380-7177).

Stocks et rapports stocks/ventes, par genre de commerce pour le commerce de gros, par rayon pour les grands magasins et par genre de commerce pour les magasins à succursales et magasins indépendants: variations trimestrielles en pourcentage pour les magasins indépendants suivant le genre de commerce.

- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil. Environ 74 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins selon la province, certaines agglomérations et le genre de commerce, incluant des données sur la superficie totale, les stocks, et les comptes à recevoir.

## Catalogue

- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil. 21 pp. First Issue, 1958. (ISSN 0527-6411).

Sales of merchandise through automatic vending machines, by type of machine and by location, Canada and provinces.

- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil. 14 pp. First Issue, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Sales of various commodities by method of distribution: by personal selling, by mail, from premises, etc.

- 63-219 Campus Book Stores. A. Bil. Approx. 8 pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Retail sales by type of commodity, employees and payroll, by region or province for academic years.

- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil. 700 pp. First Issue, 1975. (ISSN 0590-9325).

The data covers such topics as general economic indicators, population characteristics, personal income and expenditure and household facilities.

- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil. 695 pp. (ISBN 0-660-506-13-0).

The publication provides revised retail trade estimates for the years 1972 to 1979, both unadjusted and seasonally adjusted and also sections on definitions, concepts, classifications, methodology and data reliability.

- Operating Results - Retail Trade. O. Bil. 29 pp. First Issue, 1974.

The following publications in the Operating Results series contain ratios (percentages of net sales) for: purchases, inventories, cost of goods sold, gross profit, operating expense items and net profit.

## Catalogue

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1981

- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977

## Catalogue

- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil. 21 pages. Premier numéro, 1958. (ISSN 0527-6411).

Ventes de marchandise par distributeurs automatiques selon le genre de machine et l'emplacement, Canada et provinces.

- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil. 14 pages. Premier numéro, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Ventes de divers produits, par mode de distribution: par démarchage, par la poste, chez le fabricant, etc.

- 63-219 Librairies de campus. A. Bil. Environ 8 pages. Premier numéro, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Ventes au détail par type de produits, ainsi que le nombre d'employés et la paye, par région ou province pour les années scolaires.

- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A. Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975. (ISSN 0590-9325).

Les données portent sur des sujets tels que les indicateurs économiques généraux, les caractéristiques de la population, le revenu et les dépenses des particuliers et l'équipement ménager.

- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S. Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0).

Cette publication contient des données brutes et désaisonnalisées, révisées de 1972 à 1979, des sections sur les définitions, les concepts, la classification, la méthodologie et la fiabilité des données.

- Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H.S. Bil. 29 pages. Premier numéro, 1974.

Les publications suivantes de la série des Résultats de l'exploitation contiennent des ratios (pourcentages des ventes nettes) pour les achats, les stocks, le coût des biens vendus, les bénéfices bruts, les dépenses d'exploitation et les bénéfices nets.

## Catalogue

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1981

- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977



## Catalogue

- 63-607 Retail Drug Stores, 1981
- 63-608 Retail Florists, 1981
- 63-609 Retail Jewellery Stores, 1981
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
- 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A.- Annual Bil.- Bilingual  
O.- Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available free on request from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

## Catalogue

- 63-607 Pharmacies au détail, 1981
- 63-608 Fleuristes détaillants, 1981
- 63-609 Bijouteries au détail, 1981
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
- 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. - Mensuel A.- Annuel Bil.- Bilingue  
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et social du Canada. On peut se procurer gratuitement un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

## DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST

### Department

#### 1. Women's and Misses' Dresses, Housedresses, Aprons and Uniforms

Dresses of all types, including half-sizes and maternity dresses, aprons, housedresses and uniforms - juniors', misses' and women's. Evening gowns and wraps.

#### 2. Women's and Misses' Coats and Suits

Coats: cloth including fur trimmed, car coats, raincoats, and imitation fur coats - juniors', misses' and women's.  
Suits: ready-made and made-to-measure - juniors', misses' and women's.

#### 3. Women's and Misses' Sportswear

Blouses and sport shirts: sweaters, pullovers, jackets and cardigans; sports apparel, ski clothing, play clothes, bathing suits and knitwear; slacks, jumpers, skirts and parkas.

#### 4. Furs

Fur coats, jackets, neckpieces, caps, hats and muffs.

#### 5. Infants' and Children's Wear and Nursery Equipment

Infants' and Children's Wear: all infants' and children's apparel up to approximately size 6X, including infants' accessories.

Infants' Bath Equipment and Toiletries

Other Infants' Department Goods: such as garment hangers, harness, play pens, toys, rattles, extension gates, auto seats, walkers, etc.

Infants' Prams, Carriages and Strollers: including pram bedding and accessories.

Infants' furniture: chairs, commodes, cribs, beds, bedding and bedding accessories

#### 6. Girls' and Teenage Girls' Wear

All girls' and teenage girls' apparel, including dresses, coats, suits, skirts, girl guide uniforms, school uniforms, play clothes, underwear, hats, caps, stockings, etc.

#### 7. Lingerie and Women's Sleepwear

Including slips, pants, panties, dusters, night-gowns, pyjamas, negligees, bathrobes, dressing gowns and bed jackets.

#### 8. Intimate Apparel

Including corsets, girdles, garter belts and brasieres.

#### 9. Millinery

Including hats, berets, hat trimmings and hair pieces

#### 10. Women's and Girls' Hosiery

Including anklets, nurses' hosiery, tights, leotards, etc.

#### 11. Women's and Girls' Gloves, Mitts and Accessories

Including gloves, mitts, scarves, shawls, blouses, bandannas, belts, boutonnieres, corsages, collar and cuff sets, collars, dress and coat ornaments, handkerchiefs, purses, small leather goods and umbrellas.

## RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS

### Rayon

#### 1. Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles

Robes de tous genres, y compris les demi-grandeurs et robes pour grossesse, tabliers, robes de ménage et uniformes - pour fillettes, jeunes filles et dames. Robes et manteaux du soir.

#### 2. Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles

Manteaux: de drap, y compris ceux qui sont garnis de fourrure, manteaux d'auto, imperméables et manteaux imitation fourrure - pour fillettes, jeunes filles et dames.

Tailleurs: prêts à porter et faits sur mesure - pour fillettes, jeunes filles et dames.

#### 3. Vêtements sport pour dames et jeunes filles

Blouses et chemisiers, chandails, pull-overs, vestes et cardigans, vêtements de sport, vêtements de ski, vêtements de jeu, maillots de bain et tricotés, pantalons, jumpers, jupes et canadiennes.

#### 4. Fourrures

Manteaux de fourrure, vestes, parures de cou, bonnets, chapeaux et moufles.

#### 5. Vêtements pour bébés et enfants et articles pour chambres d'enfants

Vêtements pour bébés et enfants: tous articles d'habillement pour bébés et enfants jusqu'à la taille 6X, y compris les accessoires pour bébés.

Articles pour le bain et la toilette des bébés

Autres articles du rayon pour bébés: tels que cintres, sangles, parcs, jouets, hochets, barrières extensibles, sièges d'auto, marchettes, etc.

Voitures et poussettes: y compris literie et accessoires pour voitures d'enfants.

Mobilier pour enfants: chaises, commodes, berceaux, lits, literie et accessoires de literie.

#### 6. Vêtements pour fillettes et adolescentes

Tous articles d'habillement pour fillettes et adolescentes, y compris robes, manteaux, tailleurs, jupes, uniformes de scout, uniformes d'écolière, vêtements de jeu, sous-vêtements, chapeaux, bonnets, bas, etc.

#### 7. Lingerie et vêtements de nuit pour dames

Y compris jupons-combinaisons, culottes, caleçons, peignoirs, chemises de nuit, pyjamas, déshabillés, sorties de bain, robes de chambre et liseuses.

#### 8. Sous-vêtements

Y compris corsets, gaines, porte-jarretelles et soutiens-gorge.

#### 9. Chapeaux

Y compris chapeaux, bérets, garnitures de chapeau et postiches.

#### 10. Bas pour dames et jeunes filles

Y compris socquettes, bas d'infirmières, collants, léotards, etc.

#### 11. Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes

Y compris gants, moufles, écharpes, châles, blouses sans manches, foulards, ceintures, boutonnieres, bouquets, ensembles de collets et poignets, collets, parures de manteaux et de robes, mouchoirs, sacs à main, petits articles en cuir et parapluies.

## DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST - Continued

## Department - Continued

12. Women's, Misses' and Children's Footwear

Include all footwear for women, misses and children (excluding athletic footwear).

13. Men's Clothing

Including coats, suits, trousers and jackets.

14. Men's Furnishings

Including shirts (dress, work, sport and regular), sweaters, vests, smocks, windbreakers, parkas, overalls, work trousers, slacks, underwear, dressing gowns, bath robes, pyjamas, hosiery, ties, collars, handkerchiefs, scarves, gloves, mitts, ear muffs, hats, caps, garters, suspenders, belts, jewellery, umbrellas and canes.

15. Boys' Clothing and Furnishings

Include commodities as in Departments 13 and 14 sold in boys' wear department as well as boy scout and school uniforms.

16. Men's and Boys' Footwear

Include all footwear for men and boys (excluding athletic footwear).

17. Food and Kindred Products

Including groceries, meats, provisions, fruits, vegetables, candy, pastry, bakery products and delicatessen goods.

Restaurants, coffee shops or lunch counters are not included here but in department 38.

18. Toiletries, Cosmetics and Drugs

Toiletries: toilet goods and toilet preparations.  
Cosmetics: perfumes, lotions, hair goods and preparations, hand and facial beautification preparations and supplies, etc.

Patent medicines and drug preparations and sundries.

Prescriptions

Medical Supplies, including sick room equipment and supplies, bandages, etc.

Health Appliances and equipment, including supporters and health lamps.

Medical, Surgical and Therapeutic Goods

Shavers and shaving supplies.

19. Photographic Equipment and Supplies

Movie and still cameras and camera accessories; photo developing, printing and enlarging equipment and supplies; projection equipment and supplies; flash bulbs and lamps; films, reels, albums and photofinishing service; telescopes and binoculars.

20. Piece Goods

Yard goods of silk, woolen, cotton, rayon, velvet and linen; synthetics, patterns.

21. Linens and Domestic

Linens (table and fancy), quilted pads and pillow cases, dresser and buffet scarfs, towels and towelling, sheets and sheeting, pillow cases, mattress covers, blankets including electric, comforters, spreads, wash cloths, travelling robes, etc.

## RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS - suite

## Rayon - suite

12. Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants

Comprend toutes les chaussures pour dames, jeunes filles et enfants (exclus les chaussures d'athlétisme).

13. Vêtements pour hommes

Y compris manteaux, complets, pantalons et vestes.

14. Articles d'habillement pour hommes

Y compris chemises (de soirée, de travail, sport et de ville), chandails, gilets, sarraux, blousons, canadiennes, salopettes, pantalons de travail, sous-vêtements, robes de chambre, sorties de bain, pyjamas, chaussettes, cravates, cols, mouchoirs, écharpes, gants, moufles, cache-oreilles, chapeaux, casquettes, jarrettières, bretelles, ceintures, bijouterie, parapluies et cannes.

15. Vêtements et articles d'habillement pour garçons

Comprend les articles mentionnés aux postes 13 et 14, en vente au rayon des vêtements pour garçons, de même que les uniformes de scout et d'écolier.

16. Chaussures pour hommes et garçons

Comprend toutes chaussures pour hommes et garçons (exclus les chaussures d'athlétisme).

17. Produits alimentaires et connexes

Y compris articles d'épicerie, viandes, conserves, fruits, légumes, bonbons, pâtisseries, produits de boulangerie et de charcuterie. Les restaurants et casse-croûte ne sont pas inclus ici, mais au poste 38.

18. Articles de toilette, cosmétiques et médicaments

Articles de toilette: produits et préparations pour la toilette

Cosmétiques: parfums, lotions, produits pour la coiffure et préparations capillaires, préparations et produits de beauté pour les mains et le visage.

Médicaments brevetés, préparations pharmaceutiques et articles divers.

Ordonnances

Fournitures médicales, y compris matériel et fournitures pour chambre de malades, pansements, etc.

Appareils et matériel de santé, y compris supports et lampes-soleil.

Produits médicaux, chirurgicaux et thérapeutiques

Rasoirs et articles pour la barbe

19. Appareils et fournitures photographiques

Appareils photographiques et caméras, et accessoires; matériel et fournitures pour le développement, le tirage et l'agrandissement; matériel et fournitures pour la projection; ampoules et lampes éclair; pellicules, bobines, albums et service de développement de films, télescopes et jumelles.

20. Tissus à la pièce

Marchandises à la verge: soie, lainage, coton, rayonne, velours et toile; tissus synthétiques; patrons.

21. Literie et linge de maison

Toiles (de table et de fantaisie), molletons sous-nappe, parures de commodes et de buffets, serviettes et tissu-éponge, draps et toile pour draps, taies d'oreiller, couvre-matelas, couvertures y compris couvertures chauffantes électriques, édredons, couvre-lits, linge de toilette, couvertures de voyage, etc.

## DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST - Continued

## Department - Continued

22. Smallwares and Notions

Smallwares: include all items such as laces, trimmings, edgings, fringes, embroidery supplies, ribbon, artificial flowers, art needlework and embroidery and knitting goods.

Notions: include bags, dressmakers' supplies, hair goods, sewing supplies, garment attachments, closet accessories, and other related miscellaneous commodities.

23. China and Glassware

China and Pottery Tableware: dinner sets, tea sets, breakfast sets; individual, odd or group pieces of china and pottery tableware.

China and Pottery Artware and Ornaments: wall, table and mantel ornaments of china and pottery.

Glassware: beverage sets, goblets, tumblers, bowls, dishes, etc.; heat-resistant glassware.

24. Floor Coverings

Including rugs, mats, carpets, hard floor covering, door mats, runners, stair treads, stair nosing, carpet binding and rug underpadding.

25. Draperies, Curtains and Furniture Coverings

Draperies and Curtains: including draperies and curtains ready-made and by the yard and accessories, also includes blinds, and venetian blinds.

Furniture Coverings: including slip covers, upholstering fabrics and supplies.

26. Lamps, Pictures, Mirrors and All Other Home Furnishings

Lamps: including floor, table, mantel, boudoir, desk, etc.

Pictures

Mirrors

27. Furniture

Including all living room, dining room, bedroom and kitchen furniture.

Beds, mattresses, springs and convertible beds.

Fireplace accessories.

Summer, garden and cottage furniture.

Office furniture.

28. Major Appliances

Including refrigerators, freezers, stoves, heaters - fireplace heaters, electric radiators and space heaters - washing machines, dryers, humidifiers, dehumidifiers, dishwashers, vacuum cleaners, floor polishers, sewing machines, air conditioners, etc.

29. Television, Radio and Music

Including television, hi-fi and radio sets and equipment, record players, records, tape recorders, pianos, organs, musical instruments and supplies, sheet music, music stands and instruction books.

## RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS - suite

## Rayon - suite

22. Menus articles

Menus articles: y compris tous les articles tels que dentelles, passementerie, galons, franges, fournitures pour la broderie, rubans, fleurs artificielles et articles pour fins travaux à l'aiguille, pour la broderie et pour le tricot.

Mercerie: y compris sacs, articles pour la couturière, accessoires pour les cheveux, accessoires de couture, attaches pour vêtements, articles de placard et diverses autres marchandises connexes.

23. Porcelaine et verrerie

Services de table en porcelaine et en céramique: services à diner, à thé, à déjeuner; pièces de porcelaine ou de céramique, individuelles, disparates, ou groupées.

Objets décoratifs et bibelots en porcelaine et céramique: ornements muraux, de table ou de cheminée, en porcelaine ou en céramique.

Verrerie: services de verres, verres à pied, verres, bols, récipients, etc.; verrerie culinaire à feu.

24. Revêtements de plancher

Y compris tapis, nattes, carpettes, prélatrs, paillasons, chemins, couvre-marches et bordure de protection des marches, bordure de tapis et sous-tapis.

25. Tentures, rideaux, housses

Tentures et rideaux: y compris tentures et rideaux confectionnés et à la verge et accessoires, et stores vénitiens ou autres.

Housses: y compris housses, tissus et fournitures pour le rembourrage.

26. Lampes, tableaux, miroirs et tous autres articles d'ameublement.

Lampes: torchères et lampes de table, de cheminée, de chevet, de pupitre, etc.

Tableaux

Miroirs

27. Meubles

Y compris tous les meubles pour salle de séjour, salle à manger, chambre à coucher et cuisine.

Lits, matelas, sommiers et lits transformables.

Accessoires de cheminée.

Meubles d'été, de jardin et de chalet.

Meubles de bureau.

28. Gros appareils ménagers

Y compris réfrigérateurs, congélateurs, cuisinières, chauffeuses (chaufferettes de foyer, radiateurs électriques, poêles), machines à laver, sècheuses, humidificateurs, déshumidificateurs, laveuses à vaisselle, aspirateurs, polisseuses, machines à coudre, appareils de conditionnement de l'air, etc.

29. Télévision, radio et musique

Y compris téléviseurs, appareils et matériel de haute fidélité et de radio, phonographes, disques, magnétophones, pianos, orgues, instruments de musique et accessoires, musique en feuille, lutrins et manuels d'instruction.



## DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST - Continued

## Department - Continued

30. Housewares and Small Electrical Appliances

Including kitchen utensils and supplies, kitchen gadgets, kitchen cutlery, percolators, kettles, cleaning supplies, mixing utensils, kitchen containers, laundry supplies, bathroom accessories and other miscellaneous housewares; electrical fixtures, bulbs, plugs and other electrical supplies and small appliances.

31. Hardware, Paints, Wallpaper, etc.

Including hand and power tools, attachments and supplies, garden tools, power lawnmowers, garden tractors, snowblowers, etc., home hardware, nuts, bolts, washers, rivets, caulking guns, jacks, measuring tapes, etc., paint, glass, wallpaper and supplies.

32. Plumbing, Heating and Building Materials

Including plumbing and heating fixtures and supplies, such as - faucets, tap adapters, bath plugs, seats, toilets, chemical closets, basin and toilet accessories and supplies, hot water tanks, insulating jackets, kitchen sinks, thermostats, stovepipes and stovepipe collars, dampers, force cups, pumps and floor flanges. Building Materials: Roofing, siding, eavestroughing, awnings, et al "outside" materials and supplies; doors, windows, all carpentry and cabinetry; lumber, plywoods, flooring, millwork, wall and ceiling panels and tiles, boarding, framing et al.

33. Jewellery

Clocks and watches

Plated and Sterling Silverware - flatware, hollowware, carving sets, plates, dishes, trays, casseroles, candlesticks, tea sets, flower holders and vases, trophies.

Costume Jewellery

Fine Jewellery

34. Toys and Games

Small wheel goods (tricycles, kiddie cars, wagons, doll carriages, pedal cars); toy furniture, games and toys; dolls; miniature construction sets, etc.; electric trains, etc.

35. Sporting Goods and Luggage

Athletic and Sports Equipment: including sports goods and related sports apparel and footwear (baseball, hockey, basketball, rugby, soccer, lacrosse, boxing, handball, golf, riding, etc.); skiing and skating equipment; gymnasium equipment; sleds and toboggans.

Hunting and Fishing Equipment: guns, ammunition, gun attachments and supplies; fishing rods, reels, attachments and supplies, hunting and fishing apparel; traps decoys, nets, knives, etc.

Camping Equipment and Supplies: tents, ground sheets, air mattresses, sleeping bags, haversacks, camp stoves, compasses, tent trailers.

Bicycles, Accessories and Supplies

Boats and Marine Accessories

Power Snow Sleds

Luggage and Leather Goods: including trunks, suitcases, duffle bags, hat boxes, travelling bags, briefcases, etc.

## RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS - suite

## Rayon - suite

30. Articles de ménage et petits appareils électriques

Y compris ustensiles et fournitures de cuisine, dispositifs de cuisine, coutellerie, percolateurs, bouilloires, fournitures de nettoyage, ustensiles mélangeurs, récipients, fournitures pour la lessive, accessoires de salle de bains et divers autres articles de ménage; appareils d'éclairage, ampoules, prises de courant et autres fournitures électriques, petits appareils électriques.

31. Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.

Y compris outils à main ou à moteur, accessoires, fournitures, outils de jardinage, tondeuses à moteurs, tracteurs de jardin, chasse-neige, etc., articles de quincaillerie pour la maison, écrous et boulons, rondelles, rivets, pistolets à calfeutrer, crics et vérins, mesures à ruban, etc., peinture, vitre, papier-tenture et fournitures.

32. Matériaux de plomberie, de chauffage et de construction

Y compris appareillage et fournitures de plomberie et de chauffage, tels que robinets, raccords, obturateurs de baignoire, sièges, lavabos, cabinets, cabinets chimiques, accessoires et fournitures pour lavabos et cabinets, chauffe-eau, enveloppes isolantes, évier de cuisine, thermostats, tuyaux de poêle et viroles-embases, soupapes de réglage, ventouses, pompes, brides de parquet.

Matériaux de construction: matériaux pour toiture, parois, gouttières, auvents et tous autres matériaux et fournitures d'extérieur; portes, fenêtres, toute menuiserie et ébénisterie; bois d'oeuvre, contreplaqué, matériaux pour planchers, articles de menuiserie, panneaux pour murs ou plafonds, tuiles et carreaux, planches, charpentes et le reste.

33. Bijouterie

Horloges et montres

Argentierie (argent massif ou plaqué) - coutellerie, services à découper, assiettes, plats, cabarets, cocottes, chandeliers, services à thé, pots et vases à fleurs, trophées.

Bijouterie en faux

Bijouterie en fin

34. Jouets et jeux

Petits articles sur roues (tricycles, voitures, carrosses de poupées, voitures à pédales); meubles pour enfants, jeux et jouets; poupées; jeux de construction, etc.; trains électriques, etc.

35. Articles de sport et valises

Équipement d'athlétisme et de sport: y compris articles, vêtements et chaussures de sport; (base-ball, hockey, ballon-panier, rugby, soccer, crosse, boxe, balle au mur, golf, équitation, etc.) équipement de ski et de patinage; équipement de gymnase; traîneaux et toboggans.

Équipement de pêche et de chasse: armes à feu, munitions, accessoires et fournitures pour armes à feu; cannes, moulinets, accessoires et fournitures pour la pêche; vêtements pour la chasse et la pêche; piège, leurres, filets, couteaux, etc.

Équipement et fourniture de camping: tentes, tapis de sol, matelas pneumatiques, sacs de couchage, havresacs, poêles, compas, tentes-remorques.

Bicyclettes, accessoires et fournitures

Bateaux et accessoires

Autos-neige

Valises et articles en cuir: y compris les malles, valises, fourre-tout, boîtes à chapeaux, sacs de voyage, serviettes, etc.

## DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST - Concluded

## Department - Concluded

36. Stationery, Books and Magazines

Including books, note pads, notepaper, envelopes, writing supplies (pens, pencils, ink, erasers); calendars, greeting cards, announcement cards, party supplies, decorations, gift wrapping material, artists' supplies, crayons, blackboards, school supplies, office equipment and supplies; philatelic supplies, albums, adult games, etc.

37. Gasoline, Oil, Auto Accessories, Repairs and Supplies

Including anti-freeze, batteries, fans, fender guards, fog lamps, frost shields, jacks, kick pads, mirrors, mufflers, tires, tubes, tire repair kits and materials, spark plugs and testers, radiators, piston rings, gasoline, oil, repairs; motorcycles, accessories and supplies.

38. Receipts from Meals and Lunches

Including receipts from restaurants, coffee shops, lunch counters and soda fountains.

39. Receipts from Repairs and Services

Including such repair and service departments as dressmaking and hosiery repairs, jewellery repair, shoe repair, fur repair and storage, radio repair, etc.; include receipts from installation and other services; beauty parlour, circulating library.

40. All Other Departments

(Basement departments are not to be included here, but sales from these sources are to be assigned to the appropriate departments.) Including tobacco, smokers' supplies, seeds, bulbs, nursery stock, other garden supplies not elsewhere classified; optical department; hearing aids; etc.

## RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS - fin

## Rayon - fin

36. Papeterie, livres et revues

Y compris livres, blocs-notes, papier à lettre, enveloppes, fournitures pour écrire (plumes, crayons, encre, gommes à effacer), calendriers, cartes de souhaits, faire-part, fournitures pour réceptions, décorations, emballages de cadeaux, matériel d'artiste, crayons à dessiner, tableaux noirs, fournitures scolaires, matériel et fournitures de bureau, articles de philatélie, albums, jeux pour adultes, etc.

37. Essence, huile, accessoires, réparation et fournitures d'automobiles

Y compris antigel, accumulateurs, ventilateurs, pareboue, phares anti-brouillard, panneaux antigivre, crics et vérins, pare-coups de portières, miroirs, silencieux, pneus, chambres à air, trousses et matériel de réparation de pneus, bougies d'allumage et vérificateurs, radiateurs, segments de pistons, essence, huile, réparations; motocyclettes, accessoires et fournitures.

38. Recettes provenant des repas et casse-croûte

Y compris les recettes provenant des restaurants, casse-croûte, comptoirs-repas et bars pour glaces et eaux gazeuses.

39. Recettes provenant des services et des travaux de réparations

Y compris les rayons de service et de réparation tels que retouche de robes et remailage de bas, réparation de bijoux, cordonnerie, réparation et entreposage des fourrures, réparation des radios, etc.; y compris les recettes provenant des services d'installation et autre; salon de beauté, bibliothèque circulante.

40. Tous autres rayons

(Les rayons du sous-sol ne sont pas inclus ici, mais les ventes qui s'y rapportent doivent être affectées aux rayons qui conviennent.) Y compris tabac, articles pour fumeurs, semences, oignons à fleurs, stock de pépinières, autre fournitures de jardinage non classées ailleurs; rayon d'optique; etc.













# Department store sales and stocks

February 1985

# Ventes et stocks des grands magasins

Février 1985





## Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

## How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,  
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 990-9665) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (966-6586)	Vancouver (666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 2-2015

## How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

## Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section de commerce détail,  
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 990-9665) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (966-6586)	Vancouver (666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 2-2015

## Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

**Statistics Canada**

Industry Division  
Retail Trade Section

# Department store sales and stocks

February 1985

Published under the authority of  
the Minister of Supply and  
Services Canada

© Minister of Supply  
and Services Canada 1985

May 1985  
5-3406-503

Price: Canada, \$13.00, \$130.00 a year  
Other Countries, \$14.00, \$140.00 a year

Payment to be made in Canadian funds or equivalent

Catalogue 63-002, Vol. 50, No. 2

ISSN 0380-7045

Ottawa

**Statistique Canada**

Division de l'industrie  
Section du commerce de détail

# Ventes et stocks des grands magasins

Février 1985

Publication autorisée par  
le ministre des Approvisionnements et  
Services Canada

© Ministre des Approvisionnements  
et Services Canada 1985

Mai 1985  
5-3406-503

Prix: Canada, \$13.00, \$130.00 par année  
Autres pays, \$14.00, \$140.00 par année

Paiement en dollars canadiens ou l'équivalent

Catalogue 63-002, vol. 50, n° 2

ISSN 0380-7045

Ottawa

## SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- <sup>r</sup> revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

## NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

## A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM staff, Current Economic Analysis Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-990-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- D. Desjardins, Director, Industry Division
- A.R. Tanner, Chief, Industry Division, Retail Trade Section

## SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- <sup>r</sup> nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

## NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

## NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM, Division de l'analyse de conjoncture, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-990-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- D. Desjardins, directeur, Division de l'industrie
- A.R. Tanner, chef, Division de l'industrie, Section du commerce de détail

## TABLE OF CONTENTS

	Page
<b>Introduction</b>	vii
<b>Charts</b>	
1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	viii
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	viii
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1983-1985	ix
4. Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1983-1985	x
5. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1983-1985	x
6. Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xi
<b>Highlights</b>	xiii
<b>Table</b>	
1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985	2
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	8

## TABLE DES MATIÈRES

	Page
<b>Introduction</b>	vii
<b>Graphiques</b>	
1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1983-1985	viii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1983-1985	viii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail Total, par mois, Canada, 1983-1985	ix
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1983-1985	x
5. Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	x
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisation	xi
<b>Points saillants</b>	xiii
<b>Tableau</b>	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	2
2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1984 et 1985	4
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1984 et 1985	6
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	6
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	8
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	8



## TABLE OF CONTENTS - Continued

	Page
<b>Table</b>	
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	19
17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	19
18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	20
19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	20
20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	21
21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	21

## TABLE DES MATIÈRES - suite

	Page
<b>Tableau</b>	
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	10
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	10
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1984 et 1985	12
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	12
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	14
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	14
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	16
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	16
15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	18
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1984 et 1985	19
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	19
18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	20
19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	20
20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	21
21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	21

## TABLE OF CONTENTS - Concluded

	Page
<b>Table</b>	
22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1983-1985	22
23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1983-1985	23
24. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1984 and 1985	24
25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985	26
26. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985	28
27. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, 1984 and 1985	30
28. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1983-1985	32
29. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	32
30. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1985	34

## Appendix

I. Definitions	39
II. Methodology	41
III. Data Reliability	43
IV. Seasonal Adjustment	47
Revision Procedures	49
Number of Shopping Days	50
V. Constant Dollar Estimates	51
Data Confidentiality	51
Explanatory Notes	53
VI. List of Department Store Organizations	55

## Selected Publications

## TABLE DES MATIÈRES - fin

	Page
<b>Tableau</b>	
22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1983-1985	22
23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1983-1985	23
24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	24
25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1984 et 1985	26
26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	28
27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	30
28. Montants à recevoir, non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	32
29. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	32
30. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1985	34

## Appendices

I. Définitions	39
II. Méthodologie	41
III. Fiabilité des données	43
IV. Désaisonnalisation	47
Procédures de révision	49
Nombre de jours commerciaux	50
V. Estimations en dollar constants	51
Confidentialité des données	51
Notes explicatives	53
VI. Liste des organisations de grands magasins	55

## Choix de publications



## INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division (formerly Merchandising and Services Division), to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

## INTRODUCTION

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie, (anciennement Division du commerce et des services). (Le recensement mesure également les activités des "établissements", toutefois cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Chart — 1

Graphique — 1

## Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

## Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1983-1985

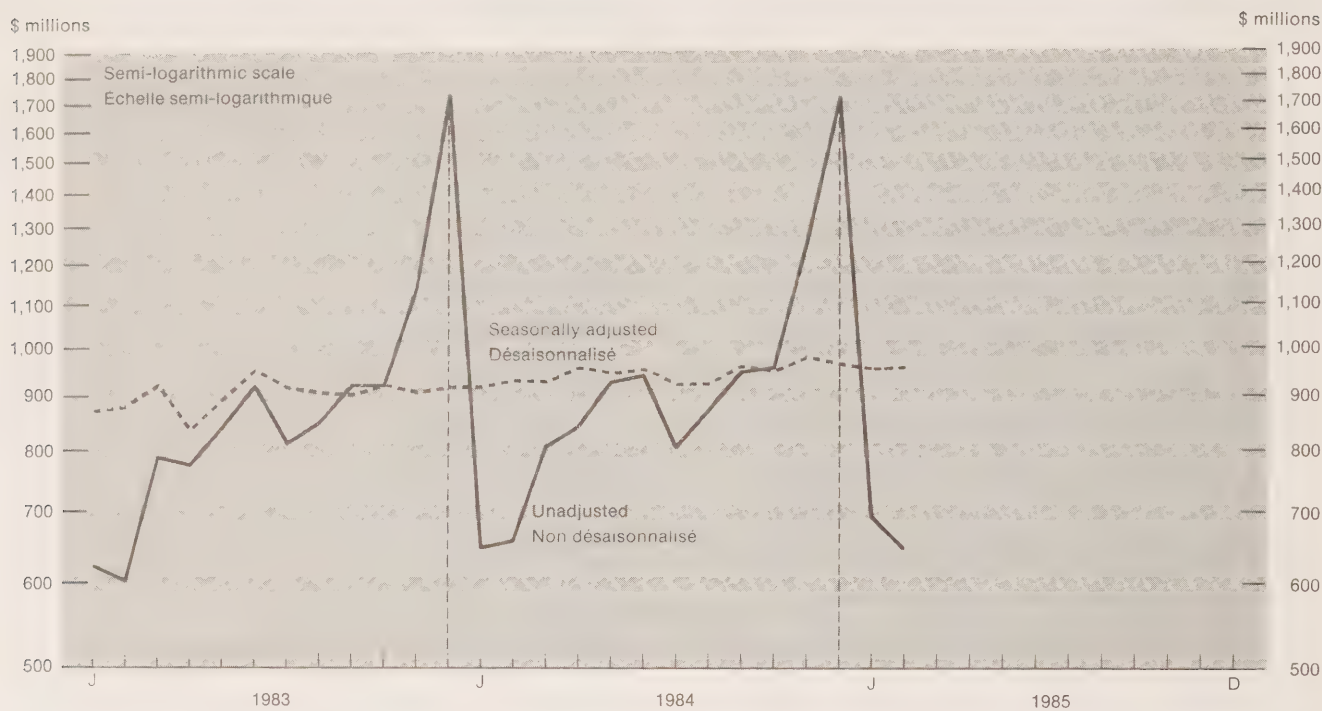
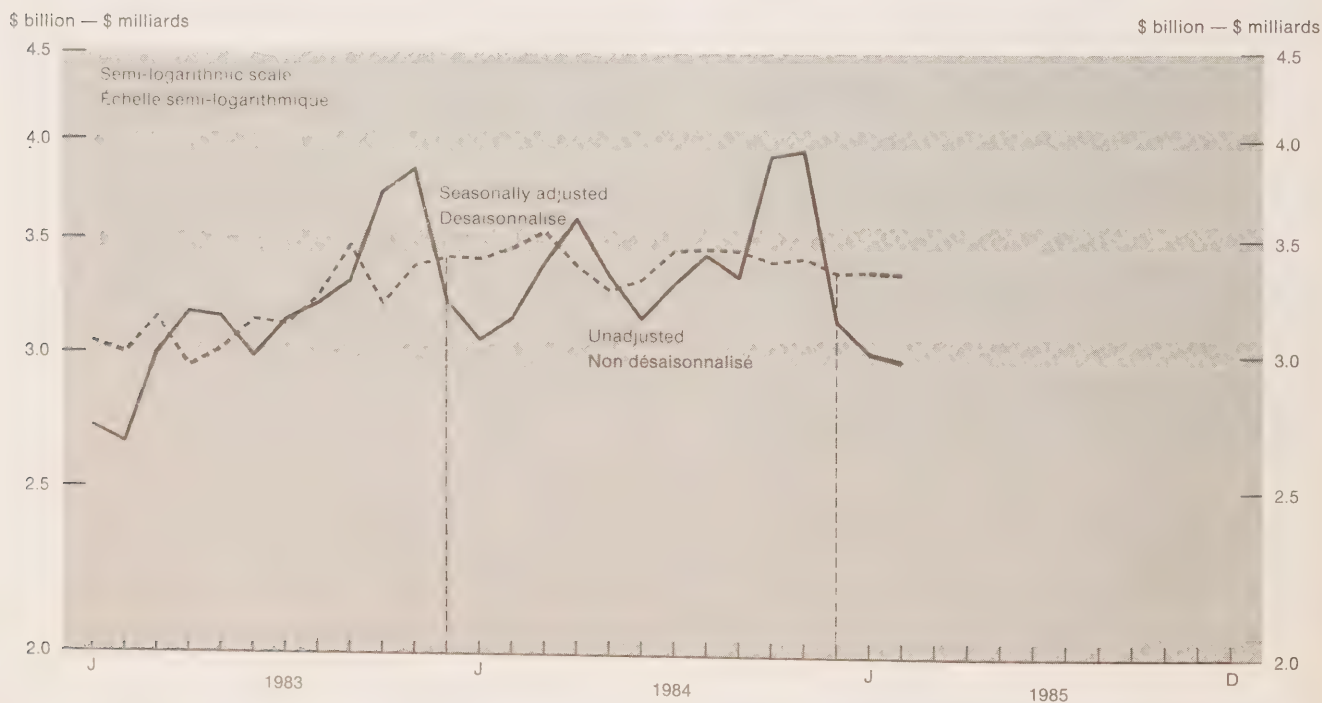


Chart — 2

Graphique — 2

## Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

## Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1983-1985





## Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1983-1985

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1983-1985



Chart — 4

Graphique — 4

## Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1983-1985

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1983-1985

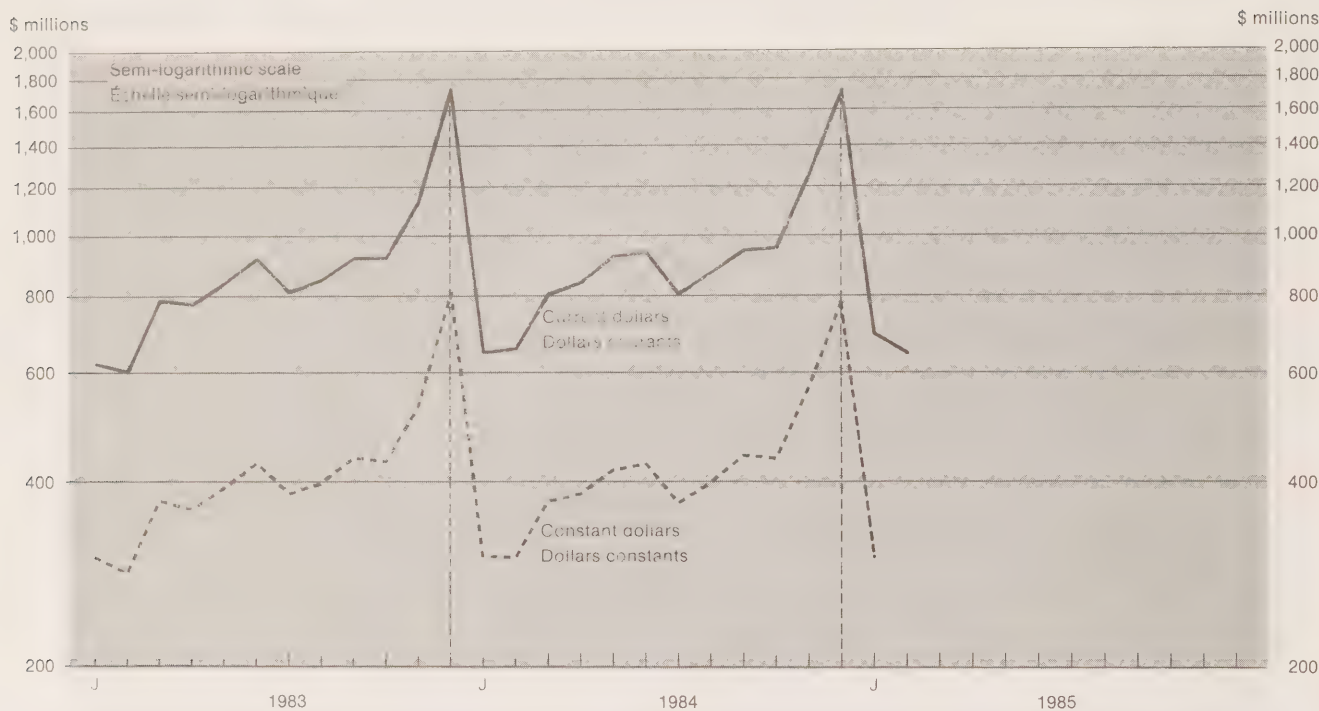
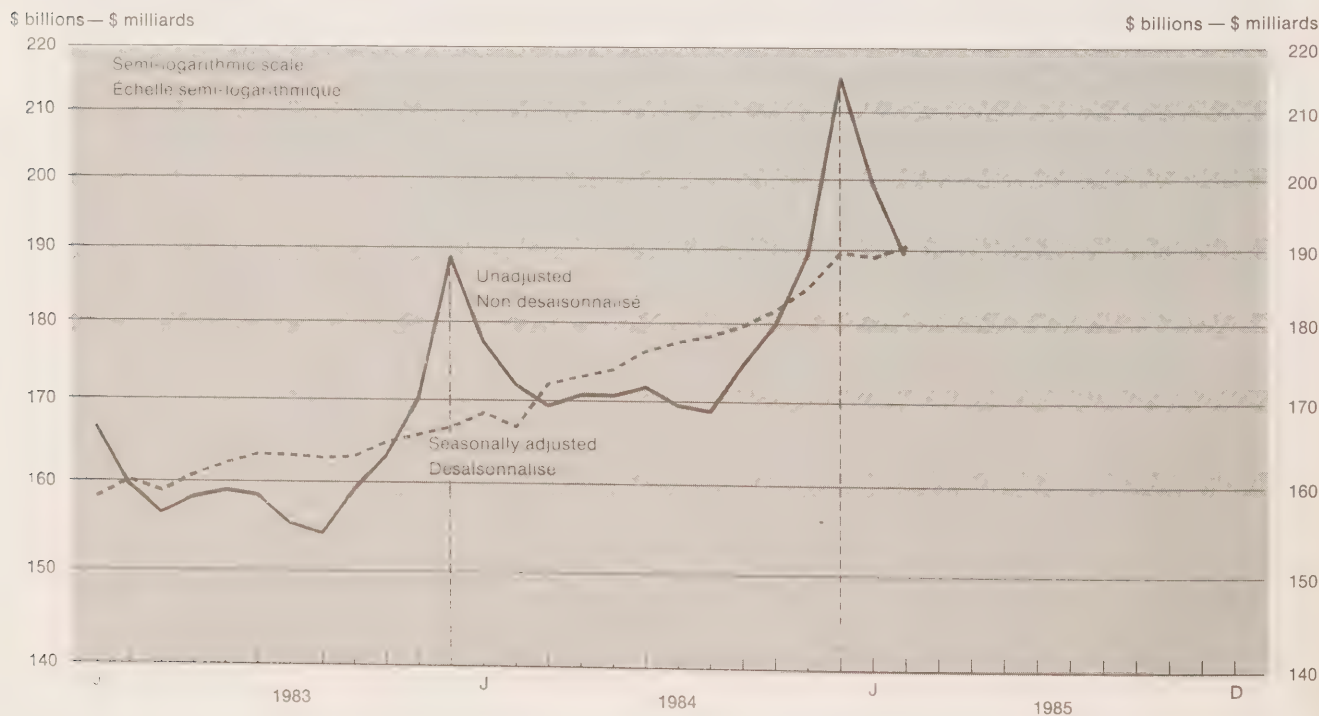


Chart — 5

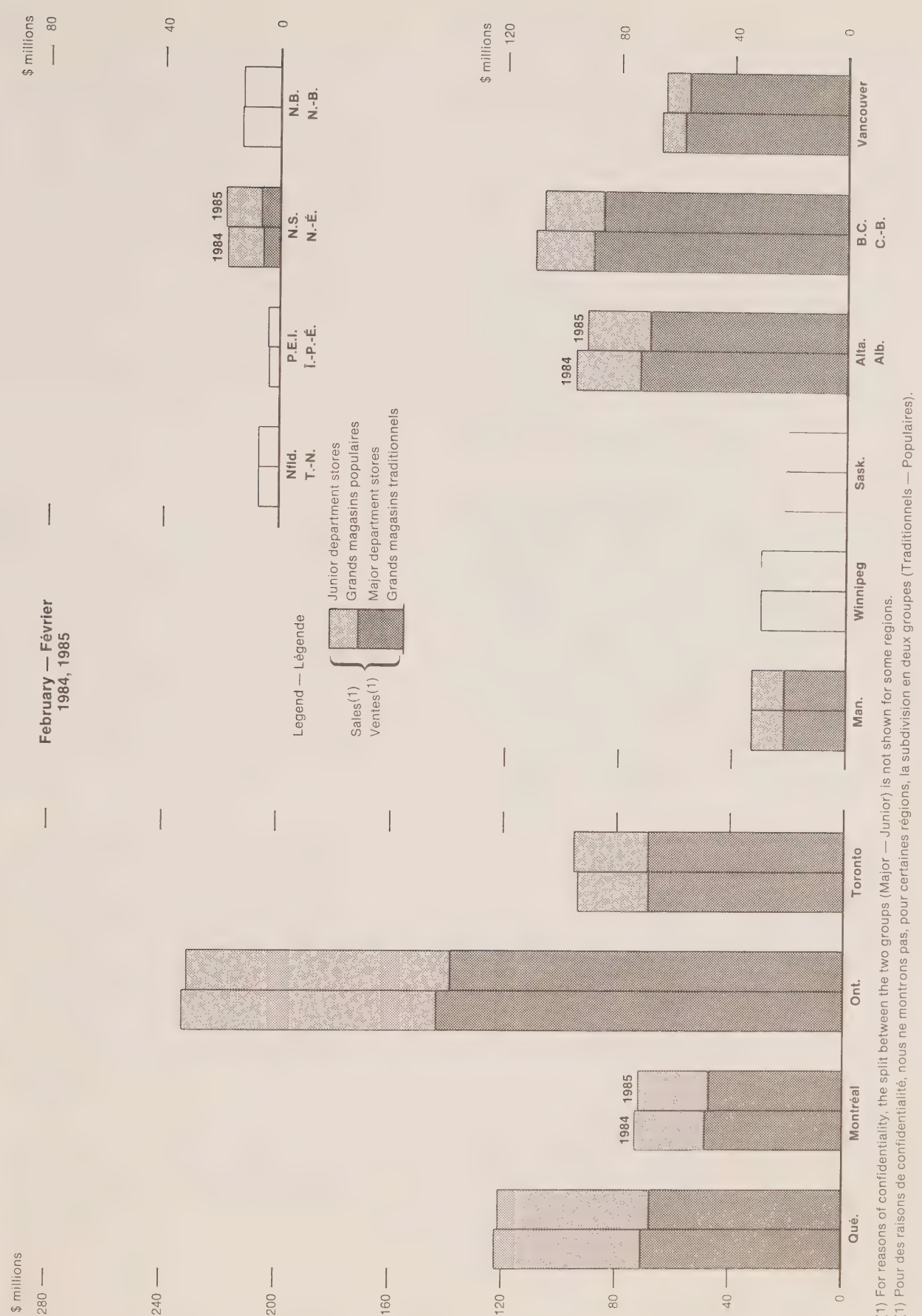
Graphique — 5

## Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1983-1985

Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985



Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization  
Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations



(1) For reasons of confidentiality, the split between the two groups (Major — Junior) is not shown for some regions.  
(1) Pour des raisons de confidentialité, nous ne montrons pas, pour certaines régions, la subdivision en deux groupes (Traditionnels — Populaires).





## HIGHLIGHTS

### Seasonally Adjusted Sales

- Adjusted for seasonal variations and the number of trading days, total department store sales in February 1985 increased 0.1% to \$954.4 million from the revised January 1985 level of \$953.9 million. Among the 21 departments recording higher sales, the largest gains were reported in floor coverings (+ 9.6%), piece goods (+ 9.1%) and television, radio and music (+ 5.8%). The most notable decreases were recorded in hardware, paints, wallpaper, etc. (- 10.0%), plumbing, heating and building materials (- 9.4%) and repairs and services (- 8.9%).

### Unadjusted Sales

- Unadjusted sales of department stores in Canada totalled \$647.1 million in February 1985, down 1.9% from the February 1984 level. Sales were lower in 25 of the 40 departments, with the largest decreases reported in gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies (- 29.5%), plumbing, heating and building materials (- 25.3%) and photographic equipment and supplies (- 18.6%). The most notable increases were recorded in furs (+ 38.0%), sporting goods and luggage (+ 12.4%) and linens and domestics (+ 11.0%).
- With the exceptions of Prince Edward Island and Nova Scotia which reported sales increases of 4.6% and 3.4% respectively in February 1985, the remaining provinces reported lower sales when compared with those for February 1984. Decreases ranged from 0.1% in Manitoba to 4.0% in both Saskatchewan and Alberta. Of the 10 metropolitan areas surveyed, only Halifax-Dartmouth (+ 7.7%) and Toronto (+ 1.5%) reported higher sales. The eight remaining areas had lower sales with decreases ranging from 0.1% for Winnipeg to 6.2% in Edmonton.
- Sales by major department stores in February 1985 reached \$409.1 million, down 4.1% from the corresponding month a year earlier, while junior department stores had sales of \$237.9 million, up 2.2% over the same period.

## POINTS SAILLANTS

### Ventes désaisonnalisées

- Les ventes des grands magasins, corrigées en fonction des variations saisonnières et du nombre de journées d'affaires, ont augmenté de 0.1% en février 1985 en regard de l'estimation révisée de janvier 1985 de \$953.9 millions pour ainsi s'établir à \$954.4 millions. Des 21 rayons à avoir enregistré des ventes supérieures par rapport au mois précédent, les plus fortes hausses ont été enregistrées dans les rayons de revêtements de plancher (+ 9.6%), de tissus à la pièce (+ 9.1%) et de télévision, radio et musique (+ 5.8%). Les baisses les plus notables ont été signalées dans les rayons de quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. (- 10.0%), du matériel de plomberie, chauffage et construction (- 9.4%) et de services et travaux de réparation (- 8.9%).

### Ventes non désaisonnalisées

- Les ventes non désaisonnalisées des grands magasins ont totalisé \$647.1 millions en février 1985, soit 1.9% de moins qu'en février 1984. Les ventes ont diminué dans 25 des 40 rayons; les baisses les plus marquées ont été signalées pour les rayons d'essence, d'huile, d'accessoires d'automobile, de réparation et de fournitures (- 29.5%), du matériel de plomberie, chauffage et construction (- 25.3%) et d'appareils et de fournitures photographiques (- 18.6%). Les hausses les plus notables ont été signalées par les rayons de fourrures (+ 38.0%), d'articles de sport et de valises (+ 12.4%) et de literie et du linge de maison (+ 11.0%).
- À l'exception de l'Île-du-Prince-Édouard (+ 4.6%) et de la Nouvelle-Écosse (+ 3.4%), toutes les provinces ont indiqué des baisses de leurs ventes en février 1985 par rapport à celles de février 1984. Les reculs s'échelonnent de 0.1% au Manitoba à 4.0% en Saskatchewan et en Alberta. Parmi les 10 régions métropolitaines, seulement Halifax-Dartmouth (+ 7.7%) et Toronto (+ 1.5%) ont enregistré des augmentations. Toutes les autres régions enquêtées ont signalé des baisses de leurs ventes qui varient de 0.1% à Winnipeg à 6.2% à Edmonton.
- Les ventes attribuables aux sociétés de grands magasins traditionnels, en février 1985, ont totalisé \$409.1 millions, soit une baisse de 4.1% par rapport à février 1984. Les sociétés de grands magasins populaires ont, pour leur part, enregistré des ventes s'élevant à \$237.9 millions, soit une hausse de 2.2% par rapport au mois de février 1984.



- Cumulative unadjusted sales for all department stores for the first two months of 1985 reached \$1,339.7 million, an increase of 2.4% over the \$1,308.7 million reported for the corresponding period in 1984.
- Department store sales constituted 7.8% of total retail trade in Canada in February 1985, a notable decrease from the 8.4% share held in February 1984.
- In February 1985, there were 793 retail locations operated by department store organizations, five less than in January 1985 and four less than in February 1984. Of this total number, 322 were operated by major department store organizations and 471 by junior department store organizations.

#### Stocks

- The unadjusted selling value of inventories held by department stores in February 1985 was \$2,970.2 million, down 5.6% from the same month a year earlier. Seasonally adjusted, department store stocks totalled \$3,349.1 million in February 1985, down 0.2% from the previous month's revised value of \$3,357.2 million.

#### Accounts Receivable

- The total value of the accounts receivable of all department store organizations in February 1985 amounted to \$1,899.0 million, down 4.7% from the \$1,993.0 million recorded in January 1985.

- Les ventes cumulatives pour l'ensemble des grands magasins ont atteint \$1,339.7 millions pour la période couvrant les deux premiers mois de 1985, soit une augmentation de 2.4% par rapport aux \$1,308.7 millions rapportés pour la période correspondante l'an dernier.
- Les ventes totales des grands magasins ont représenté, à elles seules, 7.8% de l'ensemble du commerce de détail au Canada en février 1985, soit une nette baisse par rapport à la proportion de 8.4% calculée en février 1984.
- En février 1985, on a dénombré 793 points de vente exploités par les sociétés de grands magasins, soit cinq de moins qu'en janvier 1985 et quatre de moins qu'en février 1984. De ce nombre, 322 étaient exploités par les organisations de grands magasins traditionnels et 471 par les organisations de grands magasins populaires.

#### Stocks

- La valeur marchande non désaisonnalisée des stocks détenus en février 1985 a diminué de 5.6% par rapport au mois correspondant de l'année dernière pour s'établir à \$2,970.2 millions. La valeur désaisonnalisée des stocks a, quant à elle, connu une baisse de 0.2% comparativement à l'estimation révisée du mois précédent (\$3,357.2 millions) et a totalisé \$3,349.1 millions.

#### Comptes à recevoir

- La valeur totale des créances à recouvrer par les sociétés de grands magasins s'est chiffrée à \$1,899.0 millions en février 1985, soit 4.7% de moins que l'estimation enregistrée en janvier 1985 (\$1,993.0 millions).

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985

Department	1985		1984				
	January	February	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	thousands of dollars						
No.	milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,874	10,054	10,406	13,665	16,844	19,286	19,888
2 Women's and misses' coats and suits	13,173	12,112	14,375	18,288	16,828	10,534	7,793
3 Women's and misses' sportswear	33,168	38,002	37,338	48,982	50,416	60,068	63,841
4 Furs	5,132	3,539	2,564	2,049	700	493	481
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	18,395	18,267	17,322	21,806	25,779	21,083	23,512
6 Girls' and teenage girls' wear	8,782	9,727	10,655	15,635	15,836	15,633	15,645
7 Lingerie and women's sleepwear	11,854	12,085	12,591	15,397	15,880	19,313	19,087
8 Intimate apparel	9,084	7,928	8,141	10,711	10,621	11,213	12,091
9 Millinery	1,561	1,069	1,004	1,138	1,488	1,254	1,237
10 Women's and girls' hosiery	8,568	7,590	8,254	10,869	11,074	10,962	9,256
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	10,190	9,180	8,792	12,510	13,928	15,429	13,606
12 Women's, misses' and children's footwear	15,400	14,277	15,297	22,432	27,642	25,678	25,178
13 Men's clothing	23,439	23,040	22,984	32,618	33,525	34,572	41,694
14 Men's furnishings	26,340	26,319	26,576	37,241	37,990	40,816	58,020
15 Boys' clothing and furnishings	7,737	7,373	7,780	10,777	13,237	11,665	12,117
16 Men's and boys' footwear	10,686	9,187	9,875	14,201	18,146	15,772	18,786
17 Food and kindred products	51,943	61,856	59,462	51,939	59,139	64,641	54,729
18 Toiletries, cosmetics and drugs	44,216	43,798	40,794	47,069	43,950	48,677	45,681
19 Photographic equipment and supplies	8,703	7,143	8,779	9,687	9,610	11,290	13,644
20 Piece goods	2,811	3,130	3,708	4,441	3,605	4,050	3,558
21 Linens and domestics	31,419	18,082	16,292	22,485	22,099	27,669	28,501
22 Smallwares and notions	9,279	7,386	6,672	8,092	7,012	6,889	6,424
23 China and glassware	7,214	7,887	8,525	9,984	8,457	12,938	10,129
24 Floor coverings	8,858	9,143	9,703	12,514	12,374	11,857	11,254
25 Draperies, curtains and furniture coverings	9,912	9,771	11,322	14,234	15,239	16,624	15,888
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	5,574	4,787	5,822	7,141	7,151	7,527	6,677
27 Furniture	42,748	32,951	33,630	42,302	41,740	51,428	49,919
28 Major appliances	39,968	32,286	33,120	41,304	39,477	44,187	50,905
29 Television, radio and music	32,854	29,117	30,911	39,251	32,923	33,221	32,218
30 Housewares and small electrical appliances	25,546	26,051	28,562	25,904	28,731	33,348	34,990
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	20,909	16,554	16,417	22,192	26,323	38,015	35,462
32 Plumbing, heating and building materials	6,881	5,756	7,704	9,049	11,218	12,535	14,602
33 Jewellery	10,837	12,325	12,364	16,434	16,769	20,863	19,195
34 Toys and games	12,558	13,054	12,520	17,508	18,307	18,307	17,069
35 Sporting goods and luggage	18,873	16,132	14,351	19,504	25,953	31,656	34,251
36 Stationery, books and magazines	22,155	21,397	22,196	23,995	23,487	26,802	25,552
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	11,912	10,041	14,249	15,488	17,293	17,889	17,773
38 Meals and lunches	19,390	17,630	18,292	21,864	20,360	20,934	21,342
39 Repairs and services	10,907	9,123	8,461	10,191	9,550	10,366	10,857
40 All other departments	24,821	21,916	21,525	26,970	32,814	42,287	38,466
TOTAL ALL DEPARTMENTS	692,671	647,065	659,335	806,713	842,716	927,771	941,318

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984						Change	Rayon	No
						Variation		
July	August	September	October	November	December	February 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février 1985/1984		
thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
14,522	16,621	15,554	16,504	17,087	22,861	- 3.4	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
7,104	15,806	20,945	27,114	28,231	23,212	- 15.7	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
45,797	51,039	65,818	56,324	64,261	78,306	+ 1.8	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
1,150	1,787	3,466	5,576	9,117	7,821	+ 38.0	Fourrures	4
18,914	27,271	25,941	26,928	29,022	36,949	+ 5.5	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
11,906	26,263	19,170	15,489	22,449	23,728	- 8.7	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
15,958	15,540	17,733	18,540	29,722	49,059	- 4.0	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
10,172	10,581	11,863	10,002	11,574	15,173	- 2.6	Sous-vêtements	8
1,135	1,141	1,856	2,791	4,274	4,019	+ 6.5	Chapeaux	9
6,472	8,043	12,564	11,773	12,867	16,275	- 8.0	Bas pour dames et fillettes	10
10,026	11,403	17,073	17,954	28,747	41,174	+ 4.4	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
18,071	24,655	31,884	30,109	34,487	32,242	- 6.7	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
25,444	32,749	43,034	41,513	62,375	81,881	+ 0.2	Vêtements pour hommes	13
36,194	34,681	44,467	42,954	72,159	118,928	- 1.0	Articles d'habillement pour hommes	14
9,820	20,373	13,507	13,155	17,225	24,637	- 5.2	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
12,460	14,735	17,159	16,796	22,542	26,138	- 7.0	Chaussures pour hommes et garçons	16
51,800	60,196	54,037	59,673	79,449	87,061	+ 4.0	Produits alimentaires et connexes	17
44,650	46,479	49,142	52,032	68,206	127,149	+ 7.4	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
12,549	13,466	11,845	11,454	15,605	29,610	- 18.6	Appareils et fournitures photographiques	19
3,227	3,844	4,252	4,637	4,706	3,610	- 15.6	Tissus à la pièce	20
30,575	29,949	32,027	27,767	33,936	46,244	+ 11.0	Literie et linge de maison	21
6,816	7,085	10,447	9,818	10,648	12,777	+ 10.7	Menus articles	22
10,287	9,364	11,734	11,702	20,217	37,355	- 7.5	Porcelaine et verrerie	23
11,678	10,763	12,409	14,103	16,105	11,964	- 5.8	Revêtements de plancher	24
15,374	13,947	15,572	15,973	17,669	17,066	- 13.7	Tentures, rideaux et housses	25
7,507	7,173	8,348	8,472	13,052	20,595	- 17.8	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
51,855	40,222	44,761	45,249	47,935	43,256	- 2.0	Meubles	27
47,592	43,551	46,894	46,141	52,106	54,887	- 2.5	Gros appareils ménagers	28
35,403	37,168	53,322	43,418	57,909	89,117	- 5.8	Télévision, radio et musique	29
32,448	33,048	31,929	35,824	47,466	80,865	- 8.8	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
27,097	24,769	22,215	26,691	29,640	35,481	+ 0.8	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
11,206	9,795	9,344	10,641	10,643	11,457	- 25.3	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
16,208	16,960	20,798	18,123	29,904	67,721	- 0.3	Bijouterie	33
17,857	17,851	20,524	31,589	62,102	91,546	+ 4.3	Jouets et jeux	34
29,202	24,148	20,763	19,267	28,021	47,906	+ 12.4	Articles de sport et valises	35
23,297	33,902	32,212	25,048	43,606	74,280	- 3.6	Papeterie, livres et revues	36
14,856	17,439	13,693	19,868	20,970	21,905	- 29.5	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
20,059	21,550	20,789	22,172	26,172	32,678	- 3.6	Repas et casse-croûtes	38
9,417	9,752	10,039	12,167	15,855	13,701	+ 7.8	Services et travaux de réparation	39
30,197	27,866	28,737	32,224	36,666	57,399	+ 1.8	Tous autres rayons	40
806,302	872,975	947,867	957,575	1,254,727	1,718,033	- 1.9	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985(1)

Department	1985		1984				
	January <sup>F</sup>	February <sup>D</sup>	February	March	April	May	June
	Janvier <sup>F</sup>	Février <sup>D</sup>	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	thousands of dollars						
No	milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	16,132	15,707	15,546	15,267	15,798	15,076	16,284
2 Women's and misses' coats and suits	16,275	16,537	18,502	17,237	18,055	17,820	18,528
3 Women's and misses' sportswear	54,567	55,607	54,189	52,841	53,221	54,001	60,005
4 Furs	3,199	3,202	2,229	2,898	3,053	2,676	2,451
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	24,823	25,846	24,152	24,432	26,296	22,247	24,722
6 Girls' and teenage girls' wear	17,067	15,823	16,449	15,711	16,387	16,336	16,758
7 Lingerie and women's sleepwear	20,312	19,731	20,163	19,913	19,681	20,547	20,597
8 Intimate apparel	11,333	11,152	11,069	10,973	10,937	10,381	10,822
9 Millinery	1,976	1,917	1,677	1,835	2,074	1,935	1,951
10 Women's and girls' hosiery	10,609	10,479	11,175	11,127	11,162	10,967	10,673
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	17,242	17,204	15,655	15,958	16,519	16,719	16,564
12 Women's, misses' and children's footwear	25,567	25,333	26,529	24,395	26,451	24,755	25,214
13 Men's clothing	38,245	39,361	37,162	35,296	37,966	38,366	39,432
14 Men's furnishings	47,717	48,667	47,641	49,415	50,173	48,553	50,381
15 Boys' clothing and furnishings	13,880	13,605	13,811	12,819	13,589	12,692	13,455
16 Men's and boys' footwear	17,580	16,151	16,374	16,430	17,413	14,832	16,795
17 Food and kindred products	61,451	62,479	57,705	54,890	59,673	61,216	59,969
18 Toiletries, cosmetics and drugs	56,859	57,979	52,548	53,249	52,712	52,898	51,234
19 Photographic equipment and supplies	12,527	12,029	13,976	12,559	13,028	13,094	13,030
20 Piece goods	3,372	3,677	4,381	4,110	3,882	3,954	3,908
21 Linens and domestics	29,255	30,406	26,459	27,984	28,214	29,418	28,710
22 Smallwares and notions	8,623	8,822	7,794	8,709	8,475	8,655	8,381
23 China and glassware	12,580	12,642	12,726	12,105	12,032	13,058	12,878
24 Floor coverings	10,563	11,577	11,775	12,408	12,738	11,732	11,647
25 Draperies, curtains and furniture coverings	13,999	14,177	15,723	14,884	15,312	15,145	14,066
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7,599	7,886	8,641	8,581	9,249	8,936	8,381
27 Furniture	44,971	44,792	42,985	43,415	46,669	45,481	45,678
28 Major appliances	44,539	45,597	44,741	45,222	46,862	44,911	45,065
29 Television, radio and music	39,895	42,222	42,423	43,473	43,361	42,818	42,577
30 Housewares and small electrical appliances	36,793	35,781	36,234	35,127	35,569	35,568	36,552
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	29,290	26,368	24,349	26,379	27,670	27,676	28,374
32 Plumbing, heating and building materials	9,519	8,628	10,694	11,149	11,084	10,521	11,417
33 Jewellery	22,352	22,715	21,910	21,996	22,798	22,878	22,394
34 Toys and games	31,537	30,019	29,324	29,279	28,356	29,905	27,785
35 Sporting goods and luggage	27,288	28,276	25,129	25,619	26,527	26,156	25,881
36 Stationery, books and magazines	31,534	31,040	30,587	30,396	31,038	32,983	30,605
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	14,356	14,533	19,876	17,764	18,451	16,650	16,856
38 Meals and lunches	21,934	21,984	21,892	22,208	22,792	21,962	21,755
39 Repairs and services	12,310	11,208	10,112	10,125	10,487	10,573	10,917
40 All other departments	34,196	33,421	31,290	31,353	32,576	31,761	32,823
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	953,865	954,379	935,595	929,532	958,329	945,853	955,511

(1) The sum of the components may not equal to the total due to rounding.



TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1984 et 1985(1)

1984						Change - Variation			
July	August	September	October	November	December	February/ January 1985	Rayon		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février/ janvier 1985			
Thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
16,090	17,183	16,036	16,990	15,878	16,025	- 2.6	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1	
16,849	14,757	17,433	16,739	17,483	16,564	+ 1.6	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2	
54,691	53,248	53,362	55,427	56,175	54,216	+ 1.9	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3	
2,579	2,693	3,537	3,649	4,200	3,347	+ 0.1	Fourrures	4	
22,828	24,740	24,560	24,456	24,754	24,371	+ 4.1	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
16,321	17,622	17,184	16,355	18,234	15,863	- 7.3	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
19,863	19,718	19,516	19,608	20,341	20,075	- 2.9	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
11,107	10,585	11,173	10,907	10,916	11,086	- 1.6	Sous-vêtements	8	
1,973	1,801	2,068	2,046	2,031	1,685	- 3.0	Chapeaux	9	
9,831	10,115	10,682	10,449	10,511	10,290	- 1.2	Bas pour dames et fillettes	10	
16,170	15,094	16,445	16,708	18,110	17,127	- 0.2	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11	
24,799	25,131	25,314	25,290	25,557	24,999	- 0.9	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
38,139	39,171	39,264	39,485	41,913	41,975	+ 2.9	Vêtements pour hommes	13	
48,949	45,432	48,276	47,158	48,585	47,513	+ 2.0	Articles d'habillement pour hommes	14	
13,549	13,373	13,753	13,823	13,731	13,620	- 2.0	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15	
16,171	15,943	15,814	16,321	16,556	16,958	- 8.1	Chaussures pour hommes et garçons	16	
61,158	59,283	63,424	62,120	63,431	63,822	+ 1.7	Produits alimentaires et connexes	17	
53,817	52,180	56,126	54,795	57,741	57,517	+ 2.0	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18	
13,250	12,974	13,058	13,059	12,990	12,902	- 4.0	Appareils et fournitures photographiques	19	
4,193	3,845	3,764	3,848	3,798	3,594	+ 9.1	Tissus à la pièce	20	
29,781	29,245	29,139	27,793	30,869	29,491	+ 3.9	Literie et linge de maison	21	
8,397	8,149	8,782	8,455	8,475	8,687	+ 2.3	Menus articles	22	
13,111	11,829	12,848	13,518	13,800	13,950	+ 0.5	Porcelaine et verrerie	23	
11,377	11,423	12,548	11,641	13,007	12,036	+ 9.6	Revêtements de plancher	24	
14,761	14,285	15,429	15,088	15,255	14,930	+ 1.3	Tentures, rideaux et housses	25	
8,968	8,304	8,764	8,520	8,983	8,904	+ 3.8	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26	
43,946	40,207	44,345	44,449	46,424	44,966	- 0.4	Meubles	27	
42,181	43,250	44,386	42,995	47,015	50,185	+ 1.9	Gros appareils ménagers	28	
43,534	42,305	46,778	42,187	43,462	44,008	+ 5.8	Télévision, radio et musique	29	
36,822	36,096	35,806	36,170	37,440	37,211	- 2.8	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30	
28,343	27,217	25,064	26,098	27,728	26,491	- 10.0	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31	
10,369	9,971	10,272	10,049	10,173	10,706	- 9.4	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32	
22,646	21,295	21,720	21,530	21,984	22,657	+ 1.6	Bijouterie	33	
28,751	28,929	33,333	30,836	27,899	25,973	- 4.8	Jouets et jeux	34	
26,219	26,344	25,563	25,667	26,484	25,911	+ 3.6	Articles de sport et valises	35	
31,586	30,812	31,729	29,993	32,485	31,400	- 1.6	Papeterie, livres et revues	36	
16,055	17,631	16,551	17,051	16,262	16,604	+ 1.2	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
21,966	21,590	22,091	22,273	22,514	22,251	+ 0.2	Repas et casse-croûtes	38	
10,888	10,835	11,145	11,170	11,363	11,071	- 8.9	Services et travaux de réparation	39	
32,932	31,003	33,994	35,356	35,307	34,469	- 2.3	Tous autres rayons	40	
944,958	925,608	961,073	950,071	979,862	965,448	+ 0.1	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

(1) La somme des composantes peut ne pas être égale au total en raison de l'arrondissement.

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

Province	1985		1984				
	January	February	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	thousands of dollars - milliers de dollars						
1 Newfoundland	6,895	7,096	7,136	8,610	10,060	11,207	11,345
2 Prince Edward Island	4,074	3,852	3,681	4,225	5,160	5,553	6,168
3 Nova Scotia	18,630	18,740	18,121	21,953	26,951	27,399	28,025
4 New Brunswick	13,017	12,894	13,215	15,457	19,334	21,096	20,947
5 Quebec	130,436	121,067	122,314	146,429	162,154	181,928	178,268
6 Ontario	248,907	230,686	232,293	282,877	303,082	334,986	348,590
7 Manitoba	34,415	33,067	33,099	44,095	45,415	48,292	49,252
8 Saskatchewan	22,137	20,906	21,772	27,789	27,420	29,020	29,464
9 Alberta	98,295	91,754	95,592	116,483	113,327	124,268	124,800
10 British Columbia	115,866	107,002	110,091	136,013	127,668	141,495	141,559
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	2,021	2,782	2,145	2,526	2,901
12 CANADA	692,671	647,065	659,335	806,713	842,716	927,771	941,318

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

Selected metropolitan areas	1985		1984				
	January	February	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	thousands of dollars - milliers de dollars						
1 Calgary	37,702	35,612	35,943	43,968	42,603	47,114	46,703
2 Edmonton	44,148	40,891	43,582	53,091	51,473	56,432	56,832
3 Halifax-Dartmouth	11,130	10,743	9,973	12,118	14,248	14,739	14,867
4 Hamilton	19,486	16,635	17,393	20,342	22,155	24,715	25,922
5 Montreal	77,471	71,912	73,123	86,788	94,533	103,779	104,741
6 Ottawa-Hull	30,661	27,879	28,387	35,802	37,466	42,693	42,163
7 Quebec City	18,428	16,465	16,822	20,466	21,611	27,559	25,779
8 Toronto	99,553	95,090	93,675	115,269	121,503	130,168	138,276
9 Vancouver	70,220	64,386	65,879	81,021	74,707	82,622	82,772
10 Winnipeg	31,341	29,981	29,999	39,979	41,273	43,720	44,397

TABLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1984 et 1985

1984						Change Variation	Province	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December	February 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
9,442	11,317	11,141	12,329	16,131	23,157	- 0.6	Terre-Neuve	1
6,177	6,375	5,490	5,624	7,412	10,707	+ 4.6	Île-du-Prince-Édouard	2
25,131	28,836	28,999	30,813	43,553	61,171	+ 3.4	Nouvelle-Écosse	3
18,130	19,763	19,791	20,956	30,267	40,149	- 2.4	Nouveau-Brunswick	4
150,887	163,813	176,106	182,239	229,606	312,223	- 1.0	Québec	5
292,171	312,534	341,407	347,095	473,274	653,189	- 0.7	Ontario	6
43,233	45,526	52,448	49,639	65,859	85,871	- 0.1	Manitoba	7
26,331	27,248	31,473	30,177	41,146	53,485	- 4.0	Saskatchewan	8
104,897	117,116	128,327	127,318	159,400	219,062	- 4.0	Alberta	9
127,425	137,771	149,335	148,330	185,186	254,072	- 2.8	Colombie-Britannique	10
2,478	2,674	3,350	3,054	2,894	4,948	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
<b>806,302</b>	<b>872,975</b>	<b>947,867</b>	<b>957,575</b>	<b>1,254,727</b>	<b>1,718,033</b>	<b>- 1.9</b>	<b>CANADA</b>	<b>12</b>

TABLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

1984						Change Variation	Certaines zones métropolitaines	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December	February 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
41,049	43,591	49,079	48,618	60,020	83,892	- 0.9	Calgary	1
48,855	53,470	57,612	57,446	71,344	96,074	- 6.2	Edmonton	2
13,030	15,745	16,665	17,572	24,904	32,904	+ 7.7	Halifax-Dartmouth	3
21,566	22,156	24,493	25,892	32,526	50,915	- 4.4	Hamilton	4
84,768	93,911	106,689	108,137	138,914	190,825	- 1.7	Montréal	5
34,535	38,390	42,719	44,593	56,416	73,494	- 1.8	Ottawa-Hull	6
23,024	23,843	24,577	25,644	31,863	40,556	- 2.1	Ville de Québec	7
114,163	119,291	139,209	139,154	188,655	263,715	+ 1.5	Toronto	8
72,695	78,140	88,171	87,881	108,850	148,953	- 2.3	Vancouver	9
39,143	41,157	47,664	44,889	59,918	76,858	- 0.1	Winnipeg	10

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

No.	Province	1985	1984					
		January	February	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x
2	Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x
3	Nova Scotia	7,353	6,567	5,750	6,861	8,153	8,116	8,257
4	New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x
5	Quebec	75,980	67,700	70,746	86,606	91,181	101,241	99,753
6	Ontario	153,708	138,416	143,196	178,528	182,117	201,192	208,432
7	Manitoba	23,448	21,585	21,650	29,989	28,943	30,407	31,344
8	Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x
9	Alberta	76,498	69,584	73,039	89,780	83,758	91,972	93,174
10	British Columbia	95,162	86,133	89,678	109,166	100,502	111,637	112,125
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	x	x	x	x	x
12	CANADA	453,654	409,143	426,537	529,691	522,096	575,256	584,580

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985	1984					
		January	February	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Calgary	30,048	27,906	28,174	34,908	32,593	35,808	35,852
2	Edmonton	35,184	31,384	33,855	41,541	38,634	42,439	43,076
3	Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x
4	Hamilton	14,872	12,214	12,833	15,159	15,340	18,110	18,853
5	Montreal	51,972	47,044	48,435	58,723	61,340	65,507	65,971
6	Ottawa-Hull	19,758	16,730	18,111	23,884	23,107	26,767	25,979
7	Quebec City	x	x	x	x	x	x	x
8	Toronto	72,416	69,020	68,810	85,947	87,985	93,328	98,375
9	Vancouver	62,059	56,067	57,681	70,084	64,039	70,877	71,257
10	Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985

1984						Change Variation	Province	No
July	August	September	October	November	December	February 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
7,350	9,729	10,873	11,086	15,666	20,626	+ 14.2	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
84,105	90,369	106,580	107,600	134,896	174,254	- 4.3	Québec	5
173,654	180,143	213,139	214,317	292,214	386,092	- 3.3	Ontario	6
27,592	28,635	36,495	32,513	43,967	54,203	- 0.3	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
76,448	86,398	97,543	94,529	120,054	160,601	- 4.7	Alberta	9
99,403	107,152	120,456	118,969	148,121	198,033	- 4.0	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
<b>496,195</b>	<b>530,591</b>	<b>619,430</b>	<b>611,524</b>	<b>798,450</b>	<b>1,049,646</b>	<b>- 4.1</b>	<b>CANADA</b>	<b>12</b>

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]



TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

Province	1985		1984				
	January	February	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	thousands of dollars - milliers de dollars						
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	11,277	12,173	12,372	15,092	18,798	19,283	19,768
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	54,456	53,367	51,567	59,823	70,973	80,687	78,515
6 Ontario	95,199	92,269	89,097	104,349	120,965	133,794	140,158
7 Manitoba	10,967	11,482	11,449	14,106	16,471	17,885	17,907
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	21,796	22,170	22,553	26,703	29,569	32,296	31,626
10 British Columbia	20,704	20,869	20,414	26,847	27,166	29,857	29,434
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	x	x	x	x	x
12 CANADA	239,018	237,922	232,799	277,022	320,620	352,515	356,738

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

Selected metropolitan areas	1985		1984				
	January	February	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	thousands of dollars - milliers de dollars						
1 Calgary	7,655	7,707	7,769	9,060	10,010	11,306	10,851
2 Edmonton	8,965	9,507	9,727	11,549	12,839	13,993	13,756
3 Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x
4 Hamilton	4,614	4,421	4,560	5,183	6,815	6,605	7,069
5 Montreal	25,499	24,868	24,687	28,064	33,192	38,271	38,770
6 Ottawa-Hull	10,903	11,149	10,276	11,919	14,360	15,926	16,184
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	27,136	26,070	24,865	29,323	33,518	36,840	39,902
9 Vancouver	8,161	8,320	8,198	10,938	10,668	11,746	11,515
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985

1984						Change Variation	Province	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December	February 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
17,781	19,107	18,126	19,727	27,887	40,544	- 1.6	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
66,781	73,444	69,526	74,639	94,710	137,969	+ 3.5	Québec	5
118,517	132,391	128,268	132,778	181,060	267,097	+ 3.6	Ontario	6
15,641	16,892	15,953	17,126	21,892	31,669	+ 0.3	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
28,449	30,718	30,784	32,789	39,347	58,461	- 1.7	Alberta	9
28,022	30,619	28,879	29,361	37,066	56,039	+ 2.2	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
<b>310,107</b>	<b>342,384</b>	<b>328,437</b>	<b>346,051</b>	<b>456,277</b>	<b>668,387</b>	<b>+ 2.2</b>	<b>CANADA</b>	<b>12</b>

TABLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

Province	No.	1985	1984					
		January	February	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		number - nombre						
1 Newfoundland		14	14	14	14	14	14	14
2 Prince Edward Island		7	7	7	7	7	7	7
3 Nova Scotia		33	33	32	32	32	32	32
4 New Brunswick		26	27	26	26	26	26	26
5 Quebec		163	163	160	158	159	160	160
6 Ontario		299	297	297	297	298	298	298
7 Manitoba		38	38	38	38	38	38	38
8 Saskatchewan		32	32	31	31	31	31	31
9 Alberta		83	81	84	84	84	84	84
10 British Columbia		103	101	102	102	102	103	103
11 Yukon and Northwest Territories		-	-	6	6	6	6	6
12 CANADA		798(1)	793	797	795	797	799	799

(1) The decrease of seven stores is due to the reclassification of these department stores to other kinds of business.

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

Selected metropolitan areas	No.	1985	1984					
		January	February	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		number - nombre						
1 Calgary		26	26	26	26	26	26	26
2 Edmonton		33	33	33	33	33	33	33
3 Halifax-Dartmouth		14	14	13	13	13	13	13
4 Hamilton		24	24	24	24	24	24	24
5 Montreal		76	76	78	76	75	75	75
6 Ottawa-Hull		32	32	33	33	33	33	33
7 Quebec City		22	22	20	20	20	20	20
8 Toronto		88	88	88	88	88	88	88
9 Vancouver		41	41	41	41	41	41	41
10 Winnipeg		30	30	30	30	30	30	30

TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1984 et 1985

1984						Province	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
32	33	33	33	33	33	Nouvelle-Écosse	3
26	26	26	26	26	26	Nouveau-Brunswick	4
160	160	160	161	163	163	Québec	5
298	299	299	300	300	300	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
31	31	31	32	32	32	Saskatchewan	8
84	83	83	83	83	83	Alberta	9
103	103	103	103	103	103	Colombie-Britannique	10
6	6	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
799	800	800	803	805	805	CANADA	12

(1) La baisse de sept magasins a été causée par la reclassification de ces magasins à d'autres genres de commerce.

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

1984						Certaines zones métropolitaines	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
26	26	26	26	26	26	Calgary	1
33	33	33	33	33	33	Edmonton	2
13	14	14	14	14	14	Halifax-Dartmouth	3
24	24	24	24	24	24	Hamilton	4
75	75	75	75	76	76	Montréal	5
33	32	32	32	32	32	Ottawa-Hull	6
21	21	21	21	22	22	Ville de Québec	7
88	88	88	88	88	88	Toronto	8
41	41	41	41	41	41	Vancouver	9
30	30	30	30	30	30	Winnipeg	10

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

Province	1985	1984					
	January Janvier	February Février	February Février	March Mars	April Avril	May Mai	June Juin
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	6	6	8	8	8	8	8
2 Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3	3
3 Nova Scotia	7	7	6	6	6	6	6
4 New Brunswick	4	4	4	4	4	4	4
5 Quebec	55	55	55	55	55	55	55
6 Ontario	109	109	113	113	113	113	113
7 Manitoba	18	18	18	18	18	18	18
8 Saskatchewan	15	15	16	16	16	16	16
9 Alberta	46	46	49	49	49	49	49
10 British Columbia	60	59	61	61	61	61	61
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	5	5	5	5	5
12 CANADA	323	322	338	338	338	338	338

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

Selected metropolitan areas	1985	1984					
	January Janvier	February Février	February Février	March Mars	April Avril	May Mai	June Juin
No.	number - nombre						
1 Calgary	14	14	14	14	14	14	14
2 Edmonton	18	18	18	18	18	18	18
3 Halifax-Dartmouth	6	6	5	5	5	5	5
4 Hamilton	14	14	14	14	14	14	14
5 Montreal	30	30	30	30	30	30	30
6 Ottawa-Hull	12	12	13	13	13	13	13
7 Quebec City	8	8	8	8	8	8	8
8 Toronto	40	40	40	40	40	40	40
9 Vancouver	26	26	26	26	26	26	26
10 Winnipeg	13	13	13	13	13	13	13



TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985

1984						
July	August	September	October	November	December	Province
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	
number - nombre						
8	6	6	6	6	6	Terre-Neuve 1
3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard 2
6	7	7	7	7	7	Nouvelle-Écosse 3
4	4	4	4	4	4	Nouveau-Brunswick 4
55	54	54	55	55	55	Québec 5
113	110	110	110	110	110	Ontario 6
18	18	18	18	18	18	Manitoba 7
16	15	15	15	15	15	Saskatchewan 8
49	46	46	46	46	46	Alberta 9
61	60	60	60	60	60	Colombie-Britannique 10
5	5	5	5	5	5	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest 11
338	328	328	329	329	329	CANADA 12

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

1984						
July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	
number - nombre						
14	14	14	14	14	14	Calgary 1
18	18	18	18	18	18	Edmonton 2
5	6	6	6	6	6	Halifax-Dartmouth 3
14	14	14	14	14	14	Hamilton 4
30	30	30	30	30	30	Montréal 5
13	12	12	12	12	12	Ottawa-Hull 6
8	8	8	8	8	8	Ville de Québec 7
40	40	40	40	40	40	Toronto 8
26	26	26	26	26	26	Vancouver 9
13	13	13	13	13	13	Winnipeg 10

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

Province	1985		1984				
	January	February	February	March	April	May	June
No.	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	number - nombre						
1 Newfoundland	8	8	6	6	6	6	6
2 Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4	4
3 Nova Scotia	26	26	26	26	26	26	26
4 New Brunswick	22	23	22	22	22	22	22
5 Quebec	108	108	105	103	104	105	105
6 Ontario	190	188	184	184	185	185	185
7 Manitoba	20	20	20	20	20	20	20
8 Saskatchewan	17	17	15	15	15	15	15
9 Alberta	37	35	35	35	35	35	35
10 British Columbia	43	42	41	41	41	42	42
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	1	1	1	1	1
12 CANADA	475	471	459	457	459	461	461

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

Selected metropolitan areas	1985		1984				
	January	February	February	March	April	May	June
No.	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	number - nombre						
1 Calgary	12	12	12	12	12	12	12
2 Edmonton	15	15	15	15	15	15	15
3 Halifax-Dartmouth	8	8	8	8	8	8	8
4 Hamilton	10	10	10	10	10	10	10
5 Montreal	46	46	48	46	45	45	45
6 Ottawa-Hull	20	20	20	20	20	20	20
7 Quebec City	14	14	12	12	12	12	12
8 Toronto	48	48	48	48	48	48	48
9 Vancouver	15	15	15	15	15	15	15
10 Winnipeg	17	17	17	17	17	17	17

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985

1984							Nº
July	August	September	October	November	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
6	8	8	8	8	8	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
26	26	26	26	26	26	Nouvelle-Écosse	3
22	22	22	22	22	22	Nouveau-Brunswick	4
105	106	106	106	108	108	Québec	5
185	189	189	190	190	190	Ontario	6
20	20	20	20	20	20	Manitoba	7
15	16	16	17	17	17	Saskatchewan	8
35	37	37	37	37	37	Alberta	9
42	43	43	43	43	43	Colombie-Britannique	10
1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
461	472	472	474	476	476	CANADA	12

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

1984							Nº
July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
12	12	12	12	12	12	Calgary	1
15	15	15	15	15	15	Edmonton	2
8	8	8	8	8	8	Halifax-Dartmouth	3
10	10	10	10	10	10	Hamilton	4
45	45	45	45	46	46	Montréal	5
20	20	20	20	20	20	Ottawa-Hull	6
13	13	13	13	14	14	Ville de Québec	7
48	48	48	48	48	48	Toronto	8
15	15	15	15	15	15	Vancouver	9
17	17	17	17	17	17	Winnipeg	10

TABLE 15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985  
January-February

TABLEAU 15. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985  
Janvier-février

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1985/1984
		1984	1985	Variation 1985/1984
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	18,781	18,928	+ 0.8
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	27,131	25,285	- 6.8
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et jeunes filles	69,288	71,170	+ 2.7
4	Furs - Fourrures	7,765	8,671	+ 11.7
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	34,882	36,662	+ 5.1
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	18,369	18,509	+ 0.8
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	23,745	23,939	+ 0.8
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	16,392	17,012	+ 3.8
9	Millinery - Chapeaux	2,344	2,630	+ 12.2
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	16,551	16,158	- 2.4
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	17,846	19,370	+ 8.5
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	29,529	29,677	+ 0.5
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	44,660	46,479	+ 4.1
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	51,424	52,659	+ 2.4
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillem- ent pour garçons	14,933	15,110	+ 1.2
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	19,048	19,873	+ 4.3
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	107,936	113,799	+ 5.4
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	80,176	88,014	+ 9.8
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	18,136	15,846	- 12.6
20	Piece goods - Tissus à la pièce	7,369	5,941	- 19.4
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	45,266	49,501	+ 9.4
22	Smallwares and notions - Menus articles	15,396	16,665	+ 8.2
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	14,880	15,101	+ 1.5
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	19,490	18,001	- 7.6
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	21,539	19,683	- 8.6
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	11,948	10,361	- 13.3
27	Furniture - Meubles	71,629	75,699	+ 5.7
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	70,318	72,254	+ 2.8
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique	64,044	61,971	- 3.2
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	52,031	51,597	- 0.8
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	32,729	37,463	+ 14.5
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	15,692	12,637	- 19.5
33	Jewellery - Bijouterie	22,648	23,162	+ 2.3
34	Toys and games - Jouets et jeux	22,689	25,612	+ 12.9
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	31,441	35,005	+ 11.3
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	42,394	43,552	+ 2.7
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	28,923	21,953	- 24.1
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	37,494	37,020	- 1.3
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	17,265	20,030	+ 16.0
40	All other departments - Tous autres rayons	44,574	46,737	+ 4.9
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	1,308,695	1,339,736	+ 2.4

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985  
January-February

TABLEAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1984 et 1985  
Janvier-février

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	13,237	13,991	+ 5.7
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	7,413	7,926	+ 6.9
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	34,382	37,370	+ 8.7
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	25,297	25,911	+ 2.4
Québec	242,799	251,503	+ 3.6
Ontario	463,455	479,593	+ 3.5
Manitoba	65,600	67,482	+ 2.9
Saskatchewan	42,872	43,043	+ 0.4
Alberta	189,153	190,049	+ 0.5
British Columbia - Colombie-Britannique	220,720	222,868	+ 1.0
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	3,766	-	...
<b>CANADA</b>	<b>1,308,695</b>	<b>1,339,736</b>	<b>+ 2.4</b>

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985  
January-February

TABLEAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines,  
1984 et 1985  
Janvier-février

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
Certaines zones métropolitaines	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	71,776	73,314	+ 2.1
Edmonton	86,481	85,039	- 1.7
Halifax-Dartmouth	19,284	21,873	+ 13.4
Hamilton	35,752	36,121	+ 1.0
Montréal	146,213	149,383	+ 2.2
Ottawa-Hull	56,064	58,540	+ 4.4
Quebec City - Ville de Québec	35,555	34,893	- 1.9
Toronto	185,520	194,643	+ 4.9
Vancouver	132,347	134,606	+ 1.7
Winnipeg	59,678	61,322	+ 2.8



TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985  
January-February

TABLERAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985  
Janvier-février

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	11,435	13,920	+ 21.7
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	140,414	143,680	+ 2.3
Ontario	288,636	292,124	+ 1.2
Manitoba	44,334	45,033	+ 1.6
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	147,688	146,082	- 1.1
British Columbia - Colombie-Britannique	182,080	181,295	- 0.4
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	3,091	-	...
<b>CANADA</b>	<b>859,714</b>	<b>862,797</b>	<b>+ 0.4</b>

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985  
January-February

TABLERAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985  
Janvier-février

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	57,360	57,954	+ 1.0
Edmonton	68,577	66,568	- 2.9
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	26,741	27,086	+ 1.3
Montréal	95,113	99,016	+ 4.1
Ottawa-Hull	35,571	36,488	+ 2.6
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	136,208	141,436	+ 3.8
Vancouver	116,966	118,126	+ 1.0
Winnipeg	x	x	x

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985  
January-February

TABLEAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985  
Janvier-février

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	22,948	23,450	+ 2.2
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	102,384	107,823	+ 5.3
Ontario	174,820	187,468	+ 7.2
Manitoba	21,266	22,449	+ 5.6
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	41,465	43,966	+ 6.0
British Columbia - Colombie-Britannique	38,642	41,573	+ 7.6
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	675	-	...
<b>CANADA</b>	<b>448,983</b>	<b>476,940</b>	<b>+ 6.2</b>

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985  
January-February

TABLEAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines,  
1984 et 1985  
Janvier-février

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	14,416	15,362	+ 6.6
Edmonton	17,904	18,472	+ 3.2
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	9,011	9,035	+ 0.3
Montréal	51,099	50,367	- 1.4
Ottawa-Hull	20,492	22,052	+ 7.6
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	49,312	53,206	+ 7.9
Vancouver	15,381	16,481	+ 7.2
Winnipeg	x	x	x

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1983-1985  
 TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1983-1985

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution
	'000	%	'000	%	'000	%
<b>1983:</b>						
January - Janvier	623,021	100.0	416,075	66.8	206,946	33.2
February - Février	603,808	100.0	400,059	66.3	203,749	33.7
March - Mars	787,544	100.0	517,493	65.7	270,051	34.3
April - Avril	775,226	100.0	496,409	64.0	278,817	36.0
May - Mai	842,133	100.0	524,430	62.3	317,702	37.7
June - Juin	920,150	100.0	578,341	62.9	341,809	37.1
July - Juillet	813,746	100.0	510,481	62.7	303,265	37.3
August - Août	850,885	100.0	528,907	62.2	321,978	37.8
September - Septembre	922,067	100.0	609,641	66.1	312,425	33.9
October - Octobre	922,014	100.0	605,042	65.6	316,972	34.4
November - Novembre	1,138,763	100.0	741,909	65.2	396,854	34.8
December - Décembre	1,731,121	100.0	1,078,633	62.3	652,488	37.7
Year - Année	10,930,478	100.0	7,007,420	64.1	3,923,056	35.9
<b>1984:</b>						
January - Janvier	649,360	100.0	433,177	66.7	216,184	33.3
February - Février	659,335	100.0	426,537	64.7	232,799	35.3
March - Mars	806,713	100.0	529,691	65.7	277,022	34.3
April - Avril	842,716	100.0	522,096	62.0	320,620	38.0
May - Mai	927,771	100.0	575,256	62.0	352,515	38.0
June - Juin	941,318	100.0	584,580	62.1	356,738	37.9
July - Juillet	806,302	100.0	496,195	61.5	310,107	38.5
August - Août	872,975	100.0	530,591	60.8	342,384	39.2
September - Septembre	947,867	100.0	619,430	65.3	328,437	34.7
October - Octobre	957,575	100.0	611,524	63.9	346,051	36.1
November - Novembre	1,254,727	100.0	798,450	63.6	456,277	36.4
December - Décembre	1,718,033	100.0	1,049,646	61.1	668,387	38.9
Year - Année	11,384,692	100.0	7,177,173	63.0	4,207,521	37.0
<b>1985:</b>						
January - Janvier	692,671	100.0	453,654	65.5	239,018	34.5
February - Février	647,065	100.0	409,143	63.2	237,922	36.8
March - Mars						
April - Avril						
May - Mai						
June - Juin						
July - Juillet						
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1983-1985  
January-February

TABLERAU 23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1983-1985  
Janvier-février

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1985/1984
	1983	1984	1985	Variation 1985/1984
Province et certaines zones métropolitaines	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	5.1	5.1	5.0	- 2.0
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	12.3	10.9	11.4	+ 4.6
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	6.9	6.9	6.5	- 5.8
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	6.7	6.6	6.5	- 1.5
Québec	6.5	6.3	5.9	- 6.3
Ontario	8.3	8.0	7.4	- 7.5
Manitoba	11.8	11.1	10.0	- 9.9
Saskatchewan	6.3	7.0	6.5	- 7.1
Alberta	12.1	11.7	10.7	- 8.5
British Columbia - Colombie-Britannique	13.5	12.2	11.5	- 5.7
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	9.4	9.1	...	...
<b>CANADA</b>	<b>8.8</b>	<b>8.4</b>	<b>7.8</b>	<b>- 7.1</b>
Montréal	8.0	7.9	7.3	- 7.6
Toronto	9.0	8.6	8.1	- 5.8
Winnipeg	16.3	15.1	13.5	- 10.6
Vancouver	16.1	14.1	13.6	- 3.5

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1984 and 1985

		1985		1984					
Department		January	February	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	39,216	43,993	50,576	58,568	60,707	51,233	40,395	55,949
2	Women's and misses' coats and suits	48,460	65,516	40,273	46,900	42,697	28,520	26,461	59,406
3	Women's and misses' sportswear	128,458	150,980	148,857	167,438	181,595	172,279	147,612	155,681
4	Furs	23,738	19,658	19,146	19,474	18,204	22,640	22,152	25,502
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	71,712	67,973	76,805	84,529	95,790	81,940	79,127	90,122
6	Girls' and teenage girls' wear	37,268	51,030	41,018	52,624	46,418	47,277	40,336	53,754
7	Lingerie and women's sleepwear	44,199	42,405	47,970	53,540	61,110	55,579	48,029	49,352
8	Intimate apparel	46,465	41,490	40,880	40,695	42,107	40,274	38,454	37,740
9	Millinery	3,121	3,418	3,149	2,640	3,107	2,798	2,424	2,943
10	Women's and girls' hosiery	37,920	34,836	34,280	39,697	37,763	32,867	29,118	30,109
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	49,973	48,511	50,967	56,516	57,710	50,290	41,804	47,277
12	Women's, misses' and children's footwear	87,890	99,585	109,941	122,543	128,879	104,997	92,428	98,574
13	Men's clothing	124,739	156,531	140,920	166,013	167,322	159,525	137,054	150,036
14	Men's furnishings	143,216	145,075	146,282	159,176	172,391	173,063	140,450	133,174
15	Boys' clothing and furnishings	42,786	45,631	39,954	44,204	44,734	38,362	36,263	51,328
16	Men's and boys' footwear	59,572	57,489	75,569	77,981	89,977	83,143	69,975	73,046
17	Food and kindred products	41,882	35,361	47,147	52,054	45,488	25,906	33,828	32,297
18	Toiletries, cosmetics and drugs	255,764	208,248	199,923	213,043	223,306	195,132	196,226	210,756
19	Photographic equipment and supplies	55,548	44,500	58,676	59,685	64,316	55,113	55,831	56,319
20	Piece goods	17,961	16,873	26,667	31,122	26,979	25,028	24,532	24,511
21	Linens and domestics	128,407	127,853	147,997	140,777	151,252	152,878	143,694	142,527
22	Smallwares and notions	38,204	35,879	38,519	38,611	47,588	43,534	46,036	46,659
23	China and glassware	68,133	74,719	101,079	96,902	97,883	99,005	85,874	92,311
24	Floor coverings	50,782	47,734	56,244	56,856	59,541	56,175	59,124	60,611
25	Draperies, curtains and furniture coverings	70,150	60,655	70,608	78,321	77,447	75,031	70,789	72,644
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	56,422	53,190	56,088	59,053	58,699	50,679	54,464	58,408
27	Furniture	145,174	145,868	149,696	181,427	202,788	179,091	184,144	184,927
28	Major appliances	67,350	72,678	75,193	67,578	71,476	62,734	64,592	65,488
29	Television, radio and music	133,647	128,146	155,926	166,879	169,612	160,329	160,431	156,487
30	Housewares and small electrical appliances	165,068	151,991	180,822	176,925	193,174	184,170	190,226	187,632
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	116,613	120,579	133,042	144,415	144,513	144,914	149,094	137,513
32	Plumbing, heating and building materials	24,249	21,786	34,557	36,565	38,059	27,221	26,508	27,439
33	Jewellery	109,241	96,901	117,310	123,204	129,718	129,276	117,662	124,672
34	Toys and games	112,763	109,764	78,632	89,257	106,363	92,527	90,874	102,496
35	Sporting goods and luggage	113,598	110,606	117,950	127,818	160,321	158,935	137,302	132,998
36	Stationery, books and magazines	135,532	125,423	120,595	134,271	143,825	149,072	140,567	156,230
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	53,971	50,203	48,489	51,597	55,469	53,537	52,120	47,205
38	Meals and lunches	986	539	1,338	1,440	1,587	532	641	894
39	Repairs and services	5,466	5,566	5,797	5,498	5,564	5,441	5,585	5,627
40	All other departments	58,466	50,976	57,570	72,601	79,437	70,806	64,476	64,029
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,014,110	2,970,159	3,146,452	3,398,437	3,604,916	3,341,853	3,146,702	3,304,673

(1) At selling value.



TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984							Rayon	No
August	September	October	November	December	February/ January 1985	February 1985/1984		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février/ janvier 1985	Février 1985/1984		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
54,588	54,357	64,728	57,571	45,608	+ 12.2	- 13.0	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
69,909	83,440	80,945	70,550	50,773	+ 35.2	+ 62.7	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
189,839	174,471	198,711	192,894	134,334	+ 17.5	+ 1.4	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
26,384	25,317	33,039	29,510	25,372	- 17.2	+ 2.7	Fourrures	4
93,361	85,762	94,704	86,815	80,906	- 5.2	- 11.5	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
50,243	50,337	58,228	54,394	34,643	+ 36.9	+ 24.4	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
52,734	50,476	72,258	81,643	44,955	- 4.1	- 11.6	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
39,746	35,711	42,404	49,459	45,726	- 10.7	+ 1.5	Sous-vêtements	8
4,346	4,278	4,686	6,081	5,219	+ 9.5	+ 8.5	Chapeaux	9
37,874	33,111	39,387	39,460	36,076	- 8.1	+ 1.6	Bas pour dames et fillettes	10
51,050	54,405	68,408	82,772	55,213	- 2.9	- 4.8	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
112,703	104,799	113,648	107,353	92,242	+ 13.3	- 9.4	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
229,386	187,359	215,604	215,040	165,447	+ 25.5	+ 11.1	Vêtements pour hommes	13
156,945	166,491	214,846	222,946	146,255	+ 1.3	- 0.8	Articles d'habillement pour hommes	14
38,739	40,908	53,578	47,671	35,513	+ 6.6	+ 14.2	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
77,275	72,416	90,410	79,068	63,713	- 3.5	- 23.9	Chaussures pour hommes et garçons	16
27,202	34,783	46,074	51,249	23,252	- 15.6	- 25.0	Produits alimentaires et connexes	17
202,822	207,670	254,922	284,562	204,790	- 18.6	+ 4.2	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
54,958	50,715	71,199	58,884	43,862	- 19.9	- 24.2	Appareils et fournitures photographiques	19
28,097	24,521	31,080	27,120	24,833	- 6.1	- 36.7	Tissus à la pièce	20
135,663	129,887	141,617	154,798	147,230	- 0.4	- 13.6	Literie et linde de maison	21
44,702	39,474	45,141	41,179	46,102	- 6.1	- 6.9	Menus articles	22
92,985	83,437	97,638	97,406	93,316	+ 9.7	- 26.1	Porcelaine et verrerie	23
59,133	54,491	53,946	49,800	54,850	- 6.0	- 15.1	Revêtements de plancher	24
72,890	72,908	77,514	76,337	73,344	- 13.5	- 14.1	Tentures, rideaux et housses	25
56,417	65,958	67,707	75,685	53,331	- 5.7	- 5.2	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
164,286	162,507	188,309	151,275	180,001	+ 0.5	- 2.6	Meubles	27
61,702	61,736	76,636	80,803	74,523	+ 7.9	- 3.3	Gros appareils ménagers	28
157,710	146,644	181,177	181,739	149,728	- 4.1	- 17.8	Télévision, radio et musique	29
192,182	173,661	199,612	200,706	147,027	- 7.9	- 15.9	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
144,061	127,959	149,256	138,906	131,082	+ 3.4	- 9.4	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
27,661	27,515	29,504	28,873	34,009	- 10.2	- 37.0	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
122,106	115,731	140,621	149,674	109,683	- 11.3	- 17.4	Bijouterie	33
108,940	126,319	155,077	181,104	104,710	- 2.7	+ 39.6	Jouets et jeux	34
128,124	129,454	170,046	153,421	126,343	- 2.6	- 6.2	Articles de sport et valises	35
147,167	151,405	150,552	189,415	132,413	- 7.5	+ 4.0	Papeterie, livres et revues	36
50,604	46,087	49,767	51,942	63,070	- 7.0	+ 3.5	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
539	459	613	399	166	- 45.3	- 59.7	Repas et casse-croûtes	38
5,806	5,153	5,670	5,998	5,591	+ 1.8	- 4.0	Services et travaux de réparation	39
63,844	63,396	94,921	91,339	57,459	- 12.8	- 11.5	Tous autres rayons	40
3,434,723	3,325,508	3,924,183	3,945,841	3,142,710	- 1.5	- 5.6	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985(1)

Department	No.	1985	1984					
		January <sup>F</sup>	February <sup>P</sup>	February	March	April	May	June
		Janvier <sup>F</sup>	Février <sup>P</sup>	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms		45,875	47,659	53,003	54,293	49,198	47,327	47,126
2 Women's and misses' coats and suits		63,246	71,940	46,723	54,850	54,447	46,817	45,072
3 Women's and misses' sportswear		156,428	168,592	163,198	163,520	157,425	158,775	163,811
4 Furs		24,385	23,291	21,158	21,871	21,215	24,728	25,619
5 Infants' and children's wear and nursery equipment		86,902	81,251	88,721	93,953	85,610	83,951	84,024
6 Girls' and teenage girls' wear		52,186	57,769	46,638	53,320	41,454	46,195	45,657
7 Lingerie and women's sleepwear		53,443	51,458	55,449	56,375	55,649	53,933	54,832
8 Intimate apparel		43,374	43,333	42,242	41,889	40,478	39,737	40,998
9 Millinery		3,199	3,933	3,827	4,314	4,081	3,487	4,010
10 Women's and girls' hosiery		42,287	38,888	38,202	40,026	35,494	31,518	31,118
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories		56,819	53,822	54,743	55,806	53,629	51,744	51,137
12 Women's, misses' and children's footwear		103,759	107,134	117,857	118,642	112,217	97,551	96,465
13 Men's clothing		170,452	179,606	156,580	169,186	164,136	164,129	158,040
14 Men's furnishings		171,236	167,971	164,324	169,076	163,805	166,550	158,273
15 Boys' clothing and furnishings		46,579	46,593	41,276	46,542	44,402	42,558	42,313
16 Men's and boys' footwear		68,293	66,955	84,775	81,440	81,723	75,062	74,326
17 Food and kindred products(2)		38,781	34,238	47,147	48,756	43,990	27,992	33,172
18 Toiletries, cosmetics and drugs		233,987	236,399	228,323	230,992	219,537	205,351	213,013
19 Photographic equipment and supplies		56,567	50,532	64,217	65,784	60,385	53,950	58,465
20 Piece goods		21,095	19,639	29,185	29,224	26,549	24,855	25,058
21 Linens and domestics		138,390	130,954	142,401	140,880	139,859	138,664	142,942
22 Smallwares and notions		43,089	41,772	43,003	43,629	43,192	40,168	42,749
23 China and glassware		79,975	80,619	105,127	100,431	99,338	95,762	90,296
24 Floor coverings		51,574	50,330	57,890	58,972	57,778	54,162	55,978
25 Draperies, curtains and furniture coverings		70,010	65,438	71,577	76,726	72,705	72,475	72,047
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings		62,708	59,844	61,711	62,316	58,459	48,369	55,118
27 Furniture		158,187	163,676	160,718	179,645	177,636	169,248	184,829
28 Major appliances		67,451	69,451	70,393	68,706	67,325	63,645	68,892
29 Television, radio and music		144,654	144,242	169,365	169,811	160,668	158,537	161,137
30 Housewares and small electrical appliances		168,144	168,072	193,834	191,291	181,825	183,532	189,955
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.		132,872	136,013	148,134	147,078	138,223	135,147	138,571
32 Plumbing, heating and building materials		24,931	24,312	36,652	37,795	35,113	27,927	29,649
33 Jewellery		114,335	107,157	122,815	124,532	122,313	125,353	123,648
34 Toys and games		135,090	141,239	99,379	109,425	106,720	105,997	110,192
35 Sporting goods and luggage		140,651	136,228	139,651	137,556	138,148	139,015	135,366
36 Stationery, books and magazines		151,962	151,551	140,958	157,654	142,027	142,018	138,657
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies		56,057	55,552	51,826	56,767	52,115	51,828	54,514
38 Meals and lunches(2)		810	489	1,338	1,416	1,407	555	635
39 Repairs and services		5,439	5,784	6,205	5,952	5,549	5,744	5,659
40 All other departments		72,004	65,391	70,451	72,541	67,543	66,044	66,557
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS		3,357,207	3,349,098	3,441,007	3,542,965	3,383,353	3,270,391	3,319,909

(1) The sum of the components may not equal to the total due to rounding.

(2) Due to the absence of seasonality, the seasonally adjusted data are equal to the unadjusted data.

TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1984 et 1985(1)

1984						Change - Variation		Rayon	N°
July	August	September	October	November	December	February/ January 1985			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février/ janvier 1985			
thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
57,684	60,108	59,472	57,090	49,481	51,403	+ 3.9		Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
52,294	55,616	54,373	53,593	55,825	59,145	+ 13.7		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
159,967	188,173	177,632	173,458	164,479	156,848	+ 7.8		Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
27,300	26,604	22,141	25,321	24,355	23,766	- 4.5		Fourrures	4
76,434	91,025	85,093	80,545	82,760	84,057	- 6.5		Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
44,410	47,525	47,311	49,546	47,671	46,050	+ 10.7		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
54,814	54,783	53,710	56,596	56,570	53,797	- 3.7		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
39,739	41,666	41,662	40,764	42,911	43,595	- 0.1		Sous-vêtements	8
4,159	5,008	4,474	3,502	3,299	3,237	+ 23.0		Chapeaux	9
30,460	34,662	34,578	35,127	35,070	38,590	- 8.0		Bas pour dames et fillettes	10
52,796	54,237	55,017	54,018	59,910	62,477	- 5.3		Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
99,061	112,057	107,635	104,669	105,710	101,422	+ 3.3		Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
161,835	194,917	178,636	177,534	176,697	171,291	+ 5.4		Vêtements pour hommes	13
138,587	156,394	159,071	165,264	176,473	179,343	- 1.9		Articles d'habillement pour hommes	14
40,951	41,933	40,969	42,255	42,537	42,354	--		Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
73,928	77,288	78,027	77,360	73,291	70,410	- 2.0		Chaussures pour hommes et garçons	16
32,997	32,514	39,627	41,681	40,746	29,268	- 11.7		Produits alimentaires et connexes(2)	17
216,202	218,868	228,521	218,286	225,857	216,699	+ 1.0		Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
56,444	56,531	55,559	56,037	52,719	51,344	- 10.7		Appareils et fournitures photographiques	19
24,339	26,434	26,773	27,337	26,265	23,904	- 6.9		Tissus à la pièce	20
144,868	146,897	151,443	145,947	145,329	140,785	- 5.4		Literie et linge de maison	21
42,566	43,445	42,626	43,860	43,261	43,822	- 3.1		Menus articles	22
94,485	92,494	91,044	91,577	87,108	82,293	+ 0.8		Porcelaine et verrerie	23
58,727	59,558	60,877	55,603	53,278	51,075	- 2.4		Revêtements de plancher	24
73,125	75,539	78,839	75,418	76,256	71,555	- 6.5		Tentures, rideaux et housses	25
57,183	54,784	67,393	59,022	67,686	60,724	- 4.6		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
185,970	180,142	183,613	179,942	159,797	156,823	+ 3.5		Meubles	27
68,236	68,019	70,878	76,613	72,539	66,553	+ 3.0		Gros appareils ménagers	28
162,309	163,355	164,462	162,748	157,934	149,925	- 0.3		Télévision, radio et musique	29
191,641	194,846	187,235	182,230	172,899	162,327	--		Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
133,379	140,119	140,009	139,953	137,507	132,576	+ 2.4		Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
29,107	29,684	29,846	29,688	27,718	27,283	- 2.5		Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
127,766	127,348	128,894	126,706	124,471	119,718	- 6.3		Bijouterie	33
110,864	102,634	100,006	97,151	129,686	149,783	+ 4.6		Jouets et jeux	34
135,648	139,993	136,135	136,716	136,805	139,114	- 3.1		Articles de sport et valises	35
139,150	140,702	150,328	134,090	157,473	156,611	- 0.3		Papeterie, livres et revues	36
49,316	50,880	46,976	45,091	49,764	53,921	- 0.9		Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
917	667	549	609	429	169	- 39.7		Repas et casse-croûtes(2)	38
5,649	5,670	5,246	5,438	5,563	5,522	+ 6.3		Services et travaux de réparation	39
66,677	67,828	67,645	76,645	71,580	67,600	- 9.2		Tous autres rayons	40
3,321,969	3,460,932	3,454,313	3,405,015	3,419,696	3,347,166	- 0.2		TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) La somme des composantes peut ne pas être égale au total en raison de l'arrondissement.

(2) Puisqu'il y a absence de saisonnalité, les données désaisonnalisées sont par conséquent égales aux données non désaisonnalisées.

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985

		1985	1984					
Department		January	February	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.								
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4.42	4.38	4.86	4.29	3.60	2.66	2.03
2	Women's and misses' coats and suits	3.68	5.41	2.80	2.56	2.54	2.71	3.40
3	Women's and misses' sportswear	3.87	3.97	3.99	3.42	3.60	2.87	2.31
4	Furs	4.63	5.55	7.47	9.50	26.01	45.92	46.05
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.90	3.72	4.43	3.88	3.72	3.89	3.37
6	Girls' and teenage girls' wear	4.24	5.25	3.85	3.37	2.93	3.02	2.58
7	Lingerie and women's sleepwear	3.73	3.51	3.81	3.48	3.85	2.88	2.52
8	Intimate apparel	5.12	5.23	5.02	3.80	3.96	3.59	3.18
9	Millinery	2.00	3.20	3.14	2.32	2.09	2.23	1.96
10	Women's and girls' hosiery	4.43	4.59	4.15	3.65	3.41	3.00	3.15
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.90	5.28	5.80	4.52	4.14	3.26	3.07
12	Women's, misses' and children's footwear	5.71	6.98	7.19	5.46	4.66	4.09	3.67
13	Men's clothing	5.32	6.79	6.13	5.09	4.99	4.61	3.29
14	Men's furnishings	5.44	5.51	5.50	4.27	4.54	4.24	2.42
15	Boys' clothing and furnishings	5.53	6.19	5.14	4.10	3.38	3.29	2.99
16	Men's and boys' footwear	5.57	6.26	7.65	5.49	4.96	5.27	3.72
17	Food and kindred products	0.81	0.57	0.79	1.00	0.77	0.40	0.62
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.78	4.75	4.90	4.53	5.08	4.01	4.30
19	Photographic equipment and supplies	6.38	6.23	6.68	6.16	6.69	4.88	4.09
20	Piece goods	6.39	5.39	7.19	7.01	7.48	6.18	6.89
21	Linens and domestics	4.09	7.07	9.08	6.26	6.84	5.53	5.04
22	Smallwares and notions	4.12	4.86	5.77	4.77	6.79	6.32	7.17
23	China and glassware	9.44	9.47	11.86	9.71	11.57	7.65	8.48
24	Floor coverings	5.73	5.22	5.80	4.54	4.81	4.74	5.25
25	Draperies, curtains and furniture coverings	7.08	6.21	6.24	5.50	5.08	4.51	4.46
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	10.12	11.11	9.63	8.27	8.21	6.73	8.16
27	Furniture	3.40	4.43	4.45	4.29	4.86	3.48	3.69
28	Major appliances	1.69	2.25	2.27	1.64	1.81	1.42	1.27
29	Television, radio and music	4.07	4.40	5.04	4.25	5.15	4.83	4.98
30	Housewares and small electrical appliances	6.46	5.83	6.33	6.83	6.72	5.52	5.44
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.58	7.28	8.10	6.51	5.49	3.81	4.20
32	Plumbing, heating and building materials	3.52	3.78	4.49	4.04	3.39	2.17	1.82
33	Jewellery	10.08	7.86	9.49	7.50	7.74	6.20	6.13
34	Toys and games	8.98	8.41	6.28	5.46	6.08	5.05	5.32
35	Sporting goods and luggage	6.02	6.86	8.22	6.55	6.18	5.02	4.01
36	Stationery, books and magazines	6.12	5.86	5.43	5.60	6.12	5.56	5.50
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	4.53	5.00	3.40	3.33	3.21	2.99	2.93
38	Meals and lunches	0.05	0.03	0.07	0.07	0.08	0.03	0.03
39	Repairs and services	0.50	0.61	0.69	0.54	0.58	0.52	0.51
40	All other departments	2.36	2.33	2.67	2.69	2.42	1.67	1.68
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.20	4.47	4.65	4.13	4.22	3.53	3.28

TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984						Rayon	No
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
3.85	3.28	3.49	3.92	3.37	2.00	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
8.36	4.42	3.98	2.99	2.50	2.19	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
3.40	3.72	2.65	3.53	3.00	1.72	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
22.18	14.76	7.30	5.93	3.24	3.24	Fourrures	4
4.76	3.42	3.31	3.52	2.99	2.19	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4.51	1.91	2.63	3.76	2.42	1.46	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
3.09	3.39	2.85	3.90	2.75	0.92	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.71	3.76	3.01	4.24	4.27	3.01	Sous-vêtements	8
2.59	3.81	2.30	1.68	1.42	1.30	Chapeaux	9
4.65	4.71	2.64	3.35	3.07	2.22	Bas pour dames et fillettes	10
4.72	4.48	3.19	3.81	2.88	1.34	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
5.45	4.57	3.29	3.77	3.11	2.86	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
5.90	7.00	4.35	5.19	3.45	2.02	Vêtements pour hommes	13
3.68	4.53	3.74	5.00	3.09	1.23	Articles d'habillement pour hommes	14
5.23	1.90	3.03	4.07	2.77	1.44	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
5.86	5.24	4.22	5.38	3.51	2.44	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.62	0.45	0.64	0.77	0.65	0.27	Produits alimentaires et connexes	17
4.72	4.36	4.23	4.90	4.17	1.61	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
4.49	4.08	4.28	6.22	3.77	1.48	Appareils et fournitures photographiques	19
7.60	7.31	5.77	6.70	5.76	6.88	Tissus à la pièce	20
4.66	4.53	4.06	5.10	4.56	3.18	Literie et linge de maison	21
6.85	6.31	3.78	4.60	3.87	3.61	Menus articles	22
8.97	9.93	7.11	8.34	4.82	2.50	Porcelaine et verrerie	23
5.19	5.49	4.39	3.83	3.09	4.58	Revêtements de plancher	24
4.73	5.23	4.68	4.85	4.32	4.30	Tentures, rideaux et housses	25
7.78	7.87	7.90	7.99	5.80	2.59	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3.57	4.08	3.63	4.16	3.16	4.16	Meubles	27
1.38	1.42	1.32	1.66	1.55	1.36	Gros appareils ménagers	28
4.42	4.24	2.75	4.17	3.14	1.68	Télévision, radio et musique	29
5.78	5.82	5.44	5.57	4.23	1.82	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
5.07	5.82	5.76	5.59	4.69	3.69	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
2.45	2.82	2.94	2.77	2.71	2.97	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
7.69	7.20	5.56	7.76	5.01	1.62	Bijouterie	33
5.74	6.10	6.15	4.91	2.92	1.14	Jouets et jeux	34
4.55	5.31	6.23	8.83	5.48	2.64	Articles de sport et valises	35
6.71	4.34	4.70	6.01	4.34	1.78	Papeterie, livres et revues	36
3.18	2.90	3.37	2.50	2.48	2.88	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
0.04	0.03	0.02	0.03	0.02	0.01	Repas et casse-croûtes	38
0.60	0.60	0.51	0.47	0.38	0.41	Services et travaux de réparation	39
2.12	2.29	2.21	2.95	2.49	1.00	Tous autres rayons	40
3.97	3.82	3.42	4.02	3.10	1.80	TOTAL, TOUS RAYONS	41



TABLE 27. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985

Department No.	1985		1984				
	January	February	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.21	0.24	0.22	0.25	0.28	0.34	0.38
2 Women's and misses' coats and suits	0.27	0.21	0.36	0.42	0.38	0.30	0.32
3 Women's and misses' sportswear	0.25	0.27	0.26	0.31	0.29	0.34	0.37
4 Furs	0.21	0.16	0.13	0.11	0.04	0.02	0.02
5 Infants' and children's wear and nursery	0.24	0.26	0.24	0.27	0.29	0.24	0.27
6 Girls' and teenage girls' wear	0.24	0.22	0.30	0.33	0.32	0.33	0.32
7 Lingerie and women's sleepwear	0.27	0.28	0.27	0.30	0.28	0.33	0.34
8 Intimate apparel	0.20	0.18	0.19	0.26	0.26	0.27	0.30
9 Millinery	0.37	0.33	0.30	0.39	0.52	0.42	0.87
10 Women's and girls' hosiery	0.23	0.21	0.25	0.29	0.29	0.31	0.32
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.19	0.19	0.18	0.23	0.24	0.29	0.31
12 Women's, misses' and children's footwear	0.17	0.15	0.15	0.19	0.22	0.22	0.23
13 Men's clothing	0.16	0.16	0.18	0.21	0.20	0.21	0.21
14 Men's furnishings	0.18	0.18	0.19	0.24	0.23	0.24	0.24
15 Boys' clothing and furnishings	0.20	0.17	0.19	0.26	0.30	0.28	0.28
16 Men's and boys' footwear	0.17	0.16	0.13	0.18	0.22	0.18	0.21
17 Food and kindred products	1.59	1.60	1.30	1.05	1.21	1.81	1.53
18 Toiletries, cosmetics and drugs	0.19	0.19	0.19	0.23	0.20	0.23	0.25
19 Photographic equipment and supplies	0.18	0.14	0.15	0.16	0.15	0.19	0.19
20 Piece goods	0.13	0.18	0.14	0.15	0.12	0.16	0.15
21 Linens and domestics	0.23	0.14	0.12	0.16	0.15	0.18	0.19
22 Smallwares and notions	0.22	0.20	0.18	0.21	0.16	0.15	0.16
23 China and glassware	0.09	0.11	0.09	0.10	0.09	0.13	0.12
24 Floor coverings	0.17	0.19	0.17	0.22	0.21	0.20	0.24
25 Draperies, curtains and furniture coverings	0.14	0.15	0.16	0.19	0.20	0.22	0.24
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.10	0.09	0.11	0.12	0.12	0.14	0.13
27 Furniture	0.26	0.23	0.21	0.26	0.22	0.27	0.23
28 Major appliances	0.56	0.46	0.46	0.58	0.57	0.66	0.68
29 Television, radio and music	0.23	0.22	0.20	0.24	0.20	0.20	0.20
30 Housewares and small electrical appliances	0.16	0.16	0.15	0.14	0.16	0.18	0.17
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.17	0.14	0.13	0.16	0.18	0.26	0.25
32 Plumbing, heating and building materials	0.24	0.25	0.22	0.25	0.30	0.38	0.31
33 Jewellery	0.10	0.12	0.10	0.14	0.13	0.16	0.14
34 Toys and games	0.12	0.12	0.15	0.19	0.18	0.18	0.15
35 Sporting goods and luggage	0.16	0.14	0.13	0.16	0.18	0.20	0.19
36 Stationery, books and magazines	0.17	0.16	0.18	0.19	0.17	0.18	0.19
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.20	0.19	0.29	0.31	0.32	0.33	0.35
38 Meals and lunches	33.66	23.12	13.77	15.74	13.45	19.76	14.88
39 Repairs and services	1.97	1.65	1.45	1.80	1.73	1.88	2.11
40 All other departments	0.43	0.40	0.39	0.41	0.43	0.56	0.51
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.23	0.22	0.21	0.25	0.24	0.27	0.27

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984						Rayon	Nº
July Juillet	August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	December Décembre		
0.30	0.30	0.29	0.28	0.28	0.44	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
0.17	0.24	0.27	0.33	0.37	0.38	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.30	0.30	0.36	0.30	0.33	0.48	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
0.05	0.07	0.13	0.19	0.29	0.29	Fourrures	4
0.22	0.30	0.29	0.30	0.32	0.44	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.25	0.51	0.38	0.29	0.40	0.53	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.33	0.30	0.34	0.30	0.39	0.78	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.27	0.27	0.31	0.26	0.25	0.32	Sous-vêtements	8
0.42	0.31	0.43	0.62	0.79	0.71	Chapeaux	9
0.22	0.24	0.35	0.32	0.33	0.43	Bas pour dames et fillettes	10
0.23	0.23	0.32	0.29	0.38	0.60	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.19	0.23	0.29	0.28	0.31	0.32	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.18	0.17	0.21	0.21	0.29	0.43	Vêtements pour hommes	13
0.26	0.24	0.27	0.23	0.33	0.64	Articles d'habillement pour hommes	14
0.22	0.45	0.34	0.28	0.34	0.59	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.17	0.20	0.23	0.21	0.27	0.37	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.57	2.02	1.74	1.48	1.63	2.34	Produits alimentaires et connexes	17
0.22	0.22	0.24	0.22	0.25	0.52	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
0.22	0.24	0.22	0.19	0.24	0.58	Appareils et fournitures photographiques	19
0.13	0.15	0.16	0.17	0.16	0.14	Tissus à la pièce	20
0.21	0.22	0.24	0.20	0.23	0.31	Literie et linge de maison	21
0.15	0.16	0.25	0.23	0.25	0.29	Menus articles	22
0.12	0.10	0.13	0.13	0.21	0.39	Porcelaine et verrerie	23
0.20	0.18	0.22	0.26	0.31	0.23	Revêtements de plancher	24
0.21	0.19	0.21	0.21	0.23	0.23	Tentures, rideaux et housses	25
0.13	0.12	0.14	0.13	0.18	0.32	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.28	0.23	0.27	0.26	0.28	0.26	Mebles	27
0.73	0.68	0.76	0.67	0.66	0.71	Gros appareils ménagers	28
0.22	0.24	0.35	0.26	0.32	0.54	Télévision, radio et musique	29
0.17	0.17	0.17	0.19	0.24	0.47	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
0.19	0.18	0.16	0.19	0.21	0.26	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.42	0.36	0.34	0.37	0.36	0.36	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
0.13	0.14	0.17	0.14	0.21	0.52	Bijouterie	33
0.18	0.17	0.17	0.22	0.37	0.64	Jouets et jeux	34
0.22	0.18	0.16	0.13	0.17	0.34	Articles de sport et valises	35
0.16	0.22	0.22	0.17	0.26	0.46	Papeterie, livres et revues	36
0.30	0.36	0.28	0.41	0.41	0.38	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
26.14	30.08	41.66	41.37	51.72	115.67	Repas et casse-croûtes	38
1.68	1.71	1.83	2.25	2.72	2.36	Services et travaux de réparation	39
0.47	0.44	0.45	0.41	0.39	0.77	Tous autres rayons	40
0.25	0.26	0.28	0.26	0.32	0.48	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1983-1985

TABLEAU 28. Montants à recevoir(1), non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985

Month	1983	1984	1985	Change from previous month	Change 1985/1984
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1985/1984
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,666,708	1,774,688	1,993,050	- 7.4	+ 12.3
February - Février	1,598,345	1,720,876	1,898,971	- 4.7	+ 10.3
March - Mars	1,565,461	1,695,381			
April - Avril	1,582,875	1,709,348			
May - Mai	1,591,140	1,708,627			
June - Juin	1,585,200	1,719,376			
July - Juillet	1,553,254	1,695,712			
August - Août	1,542,394	1,689,630			
September - Septembre	1,591,826	1,746,901			
October - Octobre	1,631,976	1,799,737			
November - Novembre	1,702,704	1,893,508			
December - Décembre	1,887,032	2,152,790			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

TABLEAU 29. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985

Month	1983	1984	1985	Change from previous month	Change 1985/1984
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1985/1984
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,583.0	1,686.0	1,892.0 <sup>F</sup>	- 0.3	+ 12.2
February - Février	1,603.0	1,668.0	1,906.0 <sup>P</sup>	+ 0.7 <sup>P</sup>	+ 14.3 <sup>P</sup>
March - Mars	1,590.0	1,722.0			
April - Avril	1,609.0	1,732.0			
May - Mai	1,623.0	1,741.0			
June - Juin	1,634.0	1,764.0			
July - Juillet	1,632.0	1,776.0			
August - Août	1,629.0	1,784.0			
September - Septembre	1,632.0	1,798.0			
October - Octobre	1,649.0	1,819.0			
November - Novembre	1,659.0	1,849.0			
December - Décembre	1,668.0	1,897.0			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Department Store Sales and  
Stocks, MCD, Seasonal  
and Trading Day Factors

Ventes et stocks des grands  
magasins MDC et coefficients de  
corrections des variations  
saisonnnières et des jours  
commerciaux

TABLE 30. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1985

No.	Department	Sales - Combined Seasonal and Trading Day Factors			
		Ventes - Coefficients combinés de correction des variations saisonnières et des jours commerciaux			
		MCD in February	January <sup>F</sup>	February <sup>P</sup>	March(1)
		MDC en Février	Janvier <sup>F</sup>	Février <sup>P</sup>	Mars(1)
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	55.01	64.01	87.02
2	Women's and misses' coats and suits	8	80.94	73.24	101.93
3	Women's and misses' sportswear	4	60.78	68.34	89.49
4	Furs	12	160.42	110.52	69.98
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	74.11	70.68	86.64
6	Girls' and teenage girls' wear	4	51.46	61.47	94.51
7	Lingerie and women's sleepwear	4	58.36	61.25	73.03
8	Intimate apparel	4	80.15	71.09	94.74
9	Millinery	8	78.98	55.77	60.41
10	Women's and girls' hosiery	4	80.76	72.43	95.06
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	59.10	53.36	75.37
12	Women's, misses' and children's footwear	5	60.23	56.36	88.98
13	Men's clothing	4	61.29	58.54	88.57
14	Men's furnishings	5	55.20	54.08	73.05
15	Boys' clothing and furnishings	6	55.74	54.19	80.91
16	Men's and boys' footwear	6	60.78	56.88	83.75
17	Food and kindred products	4	84.53	99.00	89.00
18	Toiletries, cosmetics and drugs	2	77.76	75.54	85.48
19	Photographic equipment and supplies	4	69.47	59.38	73.34
20	Piece goods	6	83.36	85.12	104.99
21	Linens and domestics	3	107.40	59.47	75.76
22	Smallwares and notions	4	107.61	83.72	90.12
23	China and glassware	4	57.34	62.38	76.40
24	Floor coverings	6	83.86	78.97	97.57
25	Draperies, curtains and furniture coverings	4	70.81	68.92	92.85
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	73.35	60.70	79.85
27	Furniture	5	95.06	73.56	93.42
28	Major appliances	5	89.74	71.12	89.36
29	Television, radio and music	5	82.35	68.96	87.77
30	Housewares and small electrical appliances	3	69.43	72.81	70.24
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	71.39	62.78	79.88
32	Plumbing, heating and building materials	6	72.29	66.71	78.43
33	Jewellery	3	48.48	54.26	71.95
34	Toys and games	4	39.82	43.49	55.43
35	Sporting goods and luggage	3	69.16	57.05	72.81
36	Stationery, books and magazines	4	70.26	68.93	75.52
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	6	82.98	69.09	81.63
38	Meals and lunches	3	88.40	80.20	95.21
39	Repairs and services	6	88.61	81.39	96.19
40	All other departments	5	72.58	65.58	81.80
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	72.62	67.80	87.82

(1) Seasonal and trading day factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the appendix IV (on page 47).

(2) Seasonal factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the appendix IV (on page 47).



TABLEAU 30. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1985

Stocks - Seasonal Factors					
Stocks - Coefficients de correction des variations saisonnières					
				Rayon	
MCD in February	January <sup>F</sup>	February <sup>P</sup>	March(2)		
MDC en Février	Janvier <sup>F</sup>	Février <sup>P</sup>	Mars(2)		NO
3	85.49	93.13	106.47	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
4	76.62	91.88	90.08	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
3	82.12	90.35	102.79	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
5	97.35	85.16	87.39	Fourrures	4
4	82.52	84.40	91.86	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4	71.41	89.12	99.93	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
4	82.70	83.14	95.75	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3	107.13	96.60	99.13	Sous-vêtements	8
5	97.57	87.67	63.32	Chapeaux	9
4	89.67	90.38	99.23	Bas pour dames et fillettes	10
3	87.95	90.94	102.77	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
3	84.71	93.78	105.21	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
4	73.18	87.93	98.73	Vêtements pour hommes	13
3	83.64	87.14	95.31	Articles d'habillement pour hommes	14
4	91.86	98.81	95.86	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
4	87.23	86.63	97.40	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	...	...	...	Produits alimentaires et connexes	17
4	109.31	88.88	94.56	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
4	98.20	88.85	91.97	Appareils et fournitures photographiques	19
4	85.14	86.68	106.50	Tissus à la pièce	20
3	92.79	98.50	99.52	Literie et linge de maison	21
4	88.66	86.66	88.96	Menus articles	22
3	85.19	93.51	96.92	Porcelaine et verrerie	23
3	98.46	95.69	99.20	Revêtements de plancher	24
3	100.20	93.52	101.99	Tentures, rideaux et housses	25
4	89.98	89.68	99.73	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3	91.77	89.92	100.33	Meubles	27
4	99.85	105.58	100.35	Gros appareils ménagers	28
3	92.39	89.63	98.58	Télévision, radio et musique	29
3	98.17	91.24	92.14	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
4	87.76	89.44	99.77	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
5	97.26	90.41	99.93	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
3	95.54	91.24	98.23	Bijouterie	33
4	83.47	78.41	82.91	Jouets et jeux	34
4	80.77	81.92	93.18	Articles de sport et valises	35
3	89.19	83.50	85.60	Papeterie, livres et revues	36
5	96.28	91.18	91.08	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...	...	...	...	Repas et casse-croûtes	38
6	100.50	97.10	93.01	Services et travaux de réparation	39
5	81.20	78.65	101.30	Tous autres rayons	40
3	89.78	88.69	96.63	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Prévision des coefficients combinés de correction des variations saisonnières et des jours commerciaux. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV (à la page 47).

(2) Prévision des coefficients combinés de correction des variations saisonnières. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV (à la page 47).



## APPENDIX

## APPENDICES



## APPENDIX I

### DEFINITIONS

#### Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

#### Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics and sells the following general lines of merchandise:

**Family clothing and apparel.** This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least **six** of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

**Furniture, appliance and home furnishings.** This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least **four** of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

## APPENDICE I

### DÉFINITIONS

#### Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et des services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

#### Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes et vend les catégories de marchandises suivantes:

**Vêtements pour la famille.** Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **six** des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent se faire dans le groupe de vêtements pour la famille.

**Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.** Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine et verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; gros appareils, télévision, radio et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **quatre** des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.



**All other (miscellaneous).** This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, **such as:** toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

### Total Net Sales and Receipts

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

### Stocks

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

### Accounts Receivable

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

### Junior Department Store

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

**Tous autres articles (divers).** Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, **telles que:** articles de toilette, cosmétiques et médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

### Ventes et recettes nettes totales

Les ventes et recettes nettes totales sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

### Stocks

Les stocks englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

### Comptes à recevoir

Par comptes à recevoir on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

### Grand magasin populaire

Les grands magasins populaires sont définis comme étant des points de ventes au détail qui offrent la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

## APPENDIX II

### METHODOLOGY

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The **monthly stock values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The **monthly accounts receivable values**, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

## APPENDICE II

### MÉTHODOLOGIE

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le **chiffre des stocks mensuels par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le **chiffre des comptes à recevoir mensuel** pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtés retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.



## APPENDIX III

### DATA RELIABILITY

#### Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

**Coverage error.** This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

**Data response error.** This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

**Non-response error.** Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

**Processing error.** These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

## APPENDICE III

### FIABILITÉ DES DONNÉES

#### Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

**Le champ couvert par l'enquête.** L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

**La réponse.** Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un interviewer à l'autre dans le mode de communication retenu, lorsqu'il s'agit d'expliquer des questions et l'interpréter des réponses.

**La non-réponse.** Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables et encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

**Le traitement.** L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.



Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

### Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the response rate is based on (1) the survey unit - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) the organizational unit - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example,

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. En ce qui concerne les estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreurs. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

### Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'enquête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins.



a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte des deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1985  
February

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1985  
Février

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	57.9	90.8
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	42.1	66.3
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	80.0	97.6



## SEASONAL ADJUSTMENT

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time."(1) In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal (variations) and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method(2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times.(3) These procedures, used to deter-

## DÉSAISONNALISATION

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps"(1). L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI(2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et retrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises(3). Ces étapes déterminant les

(1) "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," **Canada Statistical Review**, August 1974.

(2) For further information see the **X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

(3) See next page.

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la **Revue statistique du Canada**, Août 1974.

(2) Pour plus ample information voir la **méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, no. 12-564F au catalogue, hors série.

(3) Voir page suivante.

mine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are, since May 1983, executed every month instead of once a year. This permits us to update each month the reference series from which we derive the final estimations of the seasonal factors with the previous month's revised data.

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.(3) The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Commencing with March 1984, the Canada seasonally adjusted total is now derived "indirectly" by the summation of the 40 individually seasonally adjusted departments. Previously, this total was derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly".(4) Also in March 1984, the

facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales, sont depuis mai 1983, exécutées à chaque mois au lieu d'une seule fois par an. Il nous est donc possible de mettre à jour mensuellement les séries de référence desquelles on dérive les estimations finales des facteurs saisonniers, en employant les données les plus récentes disponibles.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois à dominance cyclique, ou MDC.(3) Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, il s'agit de la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Depuis mars 1984, le total désaisonné au niveau du Canada est dérivé de "façon indirecte" en faisant la somme des 40 rayons désaisonnés séparément au préalable. Auparavant, ce total était obtenu en désaisonnant de "façon directe" les données brutes du total, au niveau du Canada(4). De plus, la désaisonnalisation inter-

(3) See Table 30.

(4) Refer to: Lothian, J. and Morry, M. (1977): The Problem of Aggregation; Direct or Indirect, Ottawa: Seasonal Adjustment and Time Series Analysis Division, Statistics Canada.

(3) Voir tableau 30.

(4) Consulter: Lothian, J. et Morry, M. (1977): Aggrégation directe ou indirecte, Ottawa, Division des séries chronologiques, de la recherche et de l'analyse, Statistique Canada.



end-point seasonal adjustment method was adopted. For the period May 1983 to February 1984, a modified version of the "end-point seasonal adjustment" method, employing a projected factor for the current month only, was utilized. Prior to May 1983, seasonally adjusted data were derived on a monthly basis by employing projected seasonal factors (forecasted one year in advance) calculated once a year.

## REVISION PROCEDURES

Due to the fact that statistical surveys are subject to different type of errors (as described previously in this section) and that to obtain a 100% response rate each month under a data collection program by mail would prove to be very difficult (almost impossible sometimes) and costly, results must be revised on an ongoing basis as new information is received, enabling us to update our statistical series accordingly.

Revisions of two different types are made in regard to the Department Store Sales and Stocks Survey: **the first relates to the way data are gathered while the second results from the seasonal adjustment procedures.** In the first type of revision, corrections apply only to the previous year data. They are conducted after the end of the year and, consequently, the revised figures are published in the March issue of the following year of the present bulletin. The second type of revisions are both monthly and annual. In the case of the monthly revisions, the corrected figures for the current month (June for example), are published in the following month issue of the present catalogue (July), while the annual revisions are published once a year in the March issue.

Generally, revised data are indicated with an "r" beside the name of the month to which they apply, in order to inform the user of these changes.

polative a été adoptée en mars 1984. Pour la période s'échelonnant de mai 1983 à février 1984, on a utilisé une version modifiée de la désaisonnalisation interpolative, employant une prévision du facteur de désaisonnalisation pour le mois courant seulement. Avant mai 1983, les données désaisonnalisées étaient dérivées sur une base mensuelle, à l'aide de prévisions (une année à l'avance) des facteurs saisonniers calculés une fois par année.

## PROCÉDURES DE RÉVISION

Puisque les enquêtes statistiques sont sujettes à différents types d'erreurs (telles qu'explicitées précédemment dans cette section) et qu'il serait très coûteux et difficile (pratiquement impossible parfois) d'atteindre, à partir d'un programme de collecte de données par la poste, un taux de réponse de 100%, il faut donc réviser les résultats sur une base régulière afin de mettre à jour les séries statistiques en découlant, à mesure que de nouvelles informations nous sont transmises.

On compte donc des révisions de deux types en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins: **les premières sont liées à la façon dont les données sont produites tandis que les secondes résultent de la procédure de désaisonnalisation.** Les révisions du premier type ne se rapportent qu'aux seules données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les révisions du deuxième type sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas de celles mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (soit juin par exemple) sont ajoutées à la publication du mois suivant (juillet) tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une fois l'an, dans le bulletin de mars.

En général, on avise l'utilisateur de ces changements, en inscrivant un "r" à côté du nom du mois auquel on applique des révisions.



## NUMBER OF SHOPPING DAYS

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table III for the number of shopping days the current publication is based on.

## NOMBRE DE JOURS COMMERCIAUX

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif III donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

TEXT TABLE III. Number of Shopping Days, by Month, 1984 and 1985

TABLEAU EXPLICATIF III. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1984 et 1985

	1985		1984	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	26	4	26	4
February - Février	24	4	25	4
March - Mars	26	5	27	5
April - Avril	25	4	24	4
May - Mai	26	4	26	4
June - Juin	25	5	26	5
July - Juillet	26	4	26	4
August - Août	26	5	26	4
September - Septembre	24	4	24	5
October - Octobre	26	4	26	4
November - Novembre	26	5	26	4
December - Décembre	25	4	25	5

## APPENDIX V

### CONSTANT DOLLAR ESTIMATES

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Text Table II), estimates of sales by department group are deflated using department group implicit price indices supplied by the Industry Product Division of Statistics Canada. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

### DATA CONFIDENTIALITY

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business.<sup>(5)</sup> The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld on this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information from selected regions (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential, form. For example, in many cases the data for the Northwest Territories and the Yukon are included with the British Columbia data.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

<sup>(5)</sup> See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

## APPENDICE V

### ESTIMATIONS EN DOLLARS CONSTANTS

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau explicatif II), les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées au moyen des indices implicites de prix appropriés fournis par la Division du produit industriel de Statistique Canada. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

### CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de cette dernière<sup>(5)</sup>. Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un X aux différents postes visés dans la publication.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) pour certaines régions (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple dans bien des cas, les données relatives aux Territoires du Nord-Ouest et du Yukon sont incluses avec celles de la Colombie-Britannique.

Ainsi, par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement en fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

<sup>(5)</sup> Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.

TEXT TABLE II. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1983-1985

TABLEAU EXPLICATIF II. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1983-1985

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		'000	%	'000	%
<b>1983:</b>					
January - Janvier	206.6	623,021	+ 3.8	301,559	- 0.2
February - Février	213.2	603,808	+ 4.5	283,212	+ 0.3
March - Mars	211.9	787,544	+ 13.5	371,658	+ 9.3
April - Avril	215.4	775,226	- 1.7	359,901	- 5.8
May - Mai	215.8	842,133	+ 3.5	390,238	--
June - Juin	214.9	920,150	+ 16.3	428,176	+ 12.3
July - Juillet	212.9	813,746	+ 6.5	382,220	+ 2.9
August - Août	213.8	850,885	+ 9.7	397,982	+ 6.3
September - Septembre	211.1	922,067	+ 7.1	436,792	+ 4.1
October - Octobre	214.3	922,014	+ 7.3	430,245	+ 4.2
November - Novembre	215.1	1,138,763	+ 6.1	529,411	+ 3.0
December - Décembre	213.6	1,731,121	+ 7.6	810,450	+ 5.0
Year - Année	213.4	10,930,478	+ 7.1	5,121,844	+ 3.6
<b>1984:</b>					
January - Janvier	214.3	649,360	+ 4.2	303,014	+ 0.5
February - Février	218.7	659,335	+ 9.2	301,479	+ 6.4
March - Mars	217.1	806,713	+ 2.4	371,586	--
April - Avril	220.4	842,716	+ 8.7	382,358	+ 6.2
May - Mai	222.1	927,771	+ 10.2	417,727	+ 7.0
June - Juin	220.1	941,318	+ 2.3	427,677	- 0.1
July - Juillet	218.4	806,302	- 0.9	369,186	- 3.4
August - Août	218.9	872,975	+ 2.6	398,801	+ 2.1
September - Septembre	215.2	947,867	+ 2.8	440,459	+ 0.8
October - Octobre	220.0	957,575	+ 3.9	435,261	+ 1.2
November - Novembre	220.5	1,254,727	+ 10.2	569,037	+ 7.5
December - Décembre	218.0	1,718,033	- 0.8	788,089	- 2.8
Year - Année	218.7	11,384,692	+ 4.2	5,204,674	+ 1.6
<b>1985:</b>					
January - Janvier	219.9	692,671	+ 6.7	314,994	+ 4.0
February - Février	..	647,065	- 1.9	..	..
March - Mars					
April - Avril					
May - Mai					
June - Juin					
July - Juillet					
August - Août					
September - Septembre					
October - Octobre					
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					

## EXPLANATORY NOTES

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios(6) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios(7) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

---

(6) See Table 26.

(7) See Table 27.

## NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage donnée dans la présente publication est fondée sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elle tient compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elle ne se limite pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes(6) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks(7) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

---

(6) Voir tableau 26.

(7) Voir tableau 27.





## APPENDIX VI - APPENDICE VI

### LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

#### MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland  
Baine Johnstone & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 4100, St. John's, Newfoundland  
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario (Closed July 1984 - Fermée Juillet 1984)  
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario  
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario(1)  
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island  
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon(2)  
Hougens Watson Lake 84, Box 97, Watson Lake, Yukon(2)  
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec  
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario(2)  
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan  
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario  
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec  
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario (Closed February 1983 - Fermée février 1983)  
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario  
Simpsons Ltd., 176 Yonge St., Toronto, Ontario  
Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario  
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario  
Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

#### JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario  
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario (Closed January 1984 - Fermée janvier 1984)  
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec  
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario  
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario(2)  
Zeller's Ltd., 5250 Décarie Blvd., Montréal, Québec

- (1) Goudies Ltd. has been reclassified to the "Family Clothing" trade group as of January 1, 1985.  
(1) Goudies Ltd. est reclassifié au groupe des magasins de "vêtements pour famille" depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1985.  
(2) All department stores in the Yukon and Northwest Territories have been reclassified to the "General Merchandise" trade group as of January 1, 1985.  
(2) Tous les grands magasins du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest sont reclassifiés à d'autres genres de commerce du groupe des magasins de "Marchandises diverses" depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1985.

## SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Industry Division in the Retail Trade sector.

### Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil. 36 pp. First Issue, 1938. (ISSN 0380-7045).

Total sales and number of outlets, by province and selected metropolitan area, and sales and inventories by department, Canada.

- 63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil. 1 pp. First Issue, 1950. (ISSN 0709-8650).

Total sales and percentage changes of sales by region.

- 63-005 Retail Trade. M. Bil. Approx. 65 pp. First Issue, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total retail sales by province and kind of business, for chain and independent stores; seasonally adjusted sales, Canada.

- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil. Approx. 15 pp. First Issue, 1932. (ISSN 0705-5595).

Number and value of new passenger cars, trucks and buses sold by province and by origin (Canada and U.S. or imported). Monthly unit sales, by type and origin, seasonally adjusted.

- 63-014 Merchandising Inventories. M. Bil. 24 pp. First Issue, 1972. (ISSN 0380-7177).

Inventories and stocks/sales ratios, by type of trade for wholesale, by department for department stores, by kind of business for chain stores and independent stores: quarterly percentage changes for independent stores by kind of business.

- 63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil. Approx. 74 pp. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total retail sales by chain and department stores by province, selected localities and kind of business including data on floor area, inventory and accounts receivable.

## CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division de l'industrie.

### Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938. (ISSN 0380-7045).

Ventes totales et nombre de points de vente par provinces et certaines régions métropolitaines, ventes et stocks par rayon, Canada.

- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil. 1 page. Premier numéro, 1950. (ISSN 0709-8650).

Variations en pourcentage et ventes par région.

- 63-005 Commerce de détail. M. Bil. Environ 65 pages. Premier numéro, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total des ventes au détail par province et genre de commerce, pour les magasins à succursales et les magasins indépendants; chiffres désaisonnalisés, Canada.

- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil. Environ 15 pages. Premier numéro, 1932. (ISSN 0705-5595).

Nombre et valeur des voitures particulières, des camions et des autobus neufs vendus par province et par lieu d'origine (Canada et É.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

- 63-014 Stocks commerciaux. M. Bil. 24 pages. Premier numéro, 1972. (ISSN 0380-7177).

Stocks et rapports stocks/ventes, par genre de commerce pour le commerce de gros, par rayon pour les grands magasins et par genre de commerce pour les magasins à succursales et magasins indépendants: variations trimestrielles en pourcentage pour les magasins indépendants suivant le genre de commerce.

- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil. Environ 74 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins selon la province, certaines agglomérations et le genre de commerce, incluant des données sur la superficie totale, les stocks, et les comptes à recevoir.

## Catalogue

- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil. 21 pp. First Issue, 1958. (ISSN 0527-6411).

Sales of merchandise through automatic vending machines, by type of machine and by location, Canada and provinces.

- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil. 14 pp. First Issue, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Sales of various commodities by method of distribution: by personal selling, by mail, from premises, etc.

- 63-219 Campus Book Stores. A. Bil. Approx. 8 pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Retail sales by type of commodity, employees and payroll, by region or province for academic years.

- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil. 700 pp. First Issue, 1975. (ISSN 0590-9325).

The data covers such topics as general economic indicators, population characteristics, personal income and expenditure and household facilities.

- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil. 695 pp. (ISBN 0-660-506-13-0).

The publication provides revised retail trade estimates for the years 1972 to 1979, both unadjusted and seasonally adjusted and also sections on definitions, concepts, classifications, methodology and data reliability.

- Operating Results - Retail Trade. O. Bil. 29 pp. First Issue, 1974.

The following publications in the Operating Results series contain ratios (percentages of net sales) for: purchases, inventories, cost of goods sold, gross profit, operating expense items and net profit.

## Catalogue

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1981

- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977

## Catalogue

- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil. 21 pages. Premier numéro, 1958. (ISSN 0527-6411).

Ventes de marchandise par distributeurs automatiques selon le genre de machine et l'emplacement, Canada et provinces.

- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil. 14 pages. Premier numéro, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Ventes de divers produits, par mode de distribution: par démarchage, par la poste, chez le fabricant, etc.

- 63-219 Librairies de campus. A. Bil. Environ 8 pages. Premier numéro, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Ventes au détail par type de produits, ainsi que le nombre d'employés et la paye, par région ou province pour les années scolaires.

- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A. Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975. (ISSN 0590-9325).

Les données portent sur des sujets tels que les indicateurs économiques généraux, les caractéristiques de la population, le revenu et les dépenses des particuliers et l'équipement ménager.

- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S. Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0).

Cette publication contient des données brutes et désaisonnalisées, révisées de 1972 à 1979, des sections sur les définitions, les concepts, la classification, la méthodologie et la fiabilité des données.

- Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H.S. Bil. 29 pages. Premier numéro, 1974.

Les publications suivantes de la série des Résultats de l'exploitation contiennent des ratios (pourcentages des ventes nettes) pour les achats, les stocks, le coût des biens vendus, les bénéfices bruts, les dépenses d'exploitation et les bénéfices nets.

## Catalogue

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1981

- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977

## Catalogue

- 63-607 Retail Drug Stores, 1981
- 63-608 Retail Florists, 1981
- 63-609 Retail Jewellery Stores, 1981
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
- 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A.- Annual Bil.- Bilingual  
O.- Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available free on request from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

## Catalogue

- 63-607 Pharmacies au détail, 1981
- 63-608 Fleuristes détaillants, 1981
- 63-609 Bijouteries au détail, 1981
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
- 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. - Mensuel A.- Annuel Bil.- Bilingue  
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et social du Canada. On peut se procurer gratuitement un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.







# Department store sales and stocks

March 1985

# Ventes et stocks des grands magasins

Mars 1985



## Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

## How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,  
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 990-9665) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (966-6586)	Vancouver (666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwTel Inc.)	Zenith 2-2015

## How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)990-8114  
1(613)990-8115

## Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordnolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,  
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 990-9665) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (966-6586)	Vancouver (666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwTel Inc.)	Zénith 2-2015

## Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)990-8114  
1(613)990-8115

**Statistics Canada**

Industry Division  
Retail Trade Section

# Department store sales and stocks

March 1985

Published under the authority of  
the Minister of Supply and  
Services Canada

© Minister of Supply  
and Services Canada 1985

June 1985  
5-3406-503

Price: Canada, \$13.00, \$130.00 a year  
Other Countries, \$14.00, \$140.00 a year

Payment to be made in Canadian funds or equivalent

Catalogue 63-002, Vol. 50, No. 3

ISSN 0380-7045

Ottawa

**Statistique Canada**

Division de l'industrie  
Section du commerce de détail

# Ventes et stocks des grands magasins

Mars 1985

Publication autorisée par  
le ministre des Approvisionnements et  
Services Canada

© Ministre des Approvisionnements  
et Services Canada 1985

Juin 1985  
5-3406-503

Prix: Canada, \$13.00, \$130.00 par année  
Autres pays, \$14.00, \$140.00 par année

Paiement en dollars canadiens ou l'équivalent

Catalogue 63-002, vol. 50, n° 3

ISSN 0380-7045

Ottawa

## SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- <sup>r</sup> revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

## NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

## A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM staff, Current Economic Analysis Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-990-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- D. Desjardins, Director, Industry Division
- A.R. Tanner, Chief, Industry Division, Retail Trade Section

## SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- <sup>r</sup> nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

## NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

## NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM, Division de l'analyse de conjoncture, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-990-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- D. Desjardins, directeur, Division de l'industrie
- A.R. Tanner, chef, Division de l'industrie, Section du commerce de détail



## TABLE OF CONTENTS

	Page
<b>Introduction</b>	vii

### **Charts**

1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	viii
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	viii
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1983-1985	ix
4. Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1983-1985	x
5. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1983-1985	x
6. Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xi

<b>Highlights</b>	xiii
-------------------	------

### **Table**

1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985	2
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	8

## TABLE DES MATIÈRES

	Page
<b>Introduction</b>	vii

### **Graphiques**

1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1983-1985	viii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1983-1985	viii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1983-1985	ix
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1983-1985	x
5. Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	x
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisation	xi

<b>Points saillants</b>	xiii
-------------------------	------

### **Tableau**

1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	2
2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1984 et 1985	4
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1984 et 1985	6
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	6
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	8
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	8

## TABLE OF CONTENTS - Continued

	Page
<b>Table</b>	
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	19
17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	19
18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	20
19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	20
20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	21
21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	21

## TABLE DES MATIÈRES - suite

	Page
<b>Tableau</b>	
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	10
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	10
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1984 et 1985	12
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	12
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	14
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	14
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	16
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	16
15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	18
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1984 et 1985	19
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	19
18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	20
19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	20
20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	21
21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	21

## TABLE OF CONTENTS - Continued

Table	Page
22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1983-1985	22
23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1983-1985	23
24. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1984 and 1985	24
25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985	26
26. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985	28
27. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, 1984 and 1985	30
28. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1983-1985	32
29. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	32
30. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1985	34
31. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, Revised, 1984	38
32. Total Department Store Monthly Sales, by Province, Revised, 1984	40
33. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, Revised, 1984	40
34. Major Department Store Monthly Sales, by Province, Revised, 1984	42
35. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, Revised, 1984	42
36. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, Revised, 1984	44
37. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, Revised, 1984	44

## TABLE DES MATIÈRES - suite

Tableau	Page
22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1983-1985	22
23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1983-1985	23
24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	24
25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1984 et 1985	26
26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	28
27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	30
28. Montants à recevoir, non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	32
29. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	32
30. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1985	34
31. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, révisées, 1984	38
32. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, révisées, 1984	40
33. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, révisées, 1984	40
34. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, révisées, 1984	42
35. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, révisées, 1984	42
36. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, révisées, 1984	44
37. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, révisées, 1984	44

## TABLE OF CONTENTS - Concluded

	Page
<b>Table</b>	
38. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, Revised, 1984	46
39. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, Revised, 1984	48
40. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, Revised, 1984	50
41. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1983	54
42. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1984	56
43. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1983	58
44. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1984	60

**Appendix**

I. Definitions	65
II. Methodology	67
III. Data Reliability	69
IV. Seasonal Adjustment	73
Revision Procedures	75
Number of Shopping Days	76
V. Constant Dollar Estimates	77
Data Confidentiality	77
Explanatory Notes	79
VI. List of Department Store Organizations	81

## Selected Publications

## TABLE DES MATIÈRES - fin

	Page
<b>Tableau</b>	
38. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, révisées, 1984	46
39. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, révisées, 1984	48
40. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, révisées, 1984	50
41. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, révisées, 1983	54
42. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, révisées, Canada, 1984	56
43. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, révisées, 1983	58
44. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, révisées, 1984	60

**Appendices**

I. Définitions	65
II. Méthodologie	67
III. Fiabilité des données	69
IV. Désaisonnalisation	73
Procédures de révision	75
Nombre de jours commerciaux	76
V. Estimations en dollar constants	77
Confidentialité des données	77
Notes explicatives	79
VI. Liste des organisations de grands magasins	81

## Choix de publications



## INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division (formerly Merchandising and Services Division), to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

## INTRODUCTION

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie, (anciennement Division du commerce et des services). (Le recensement mesure également les activités des "établissements", toutefois cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.



Chart — 1

Graphique — 1

## Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1983-1985

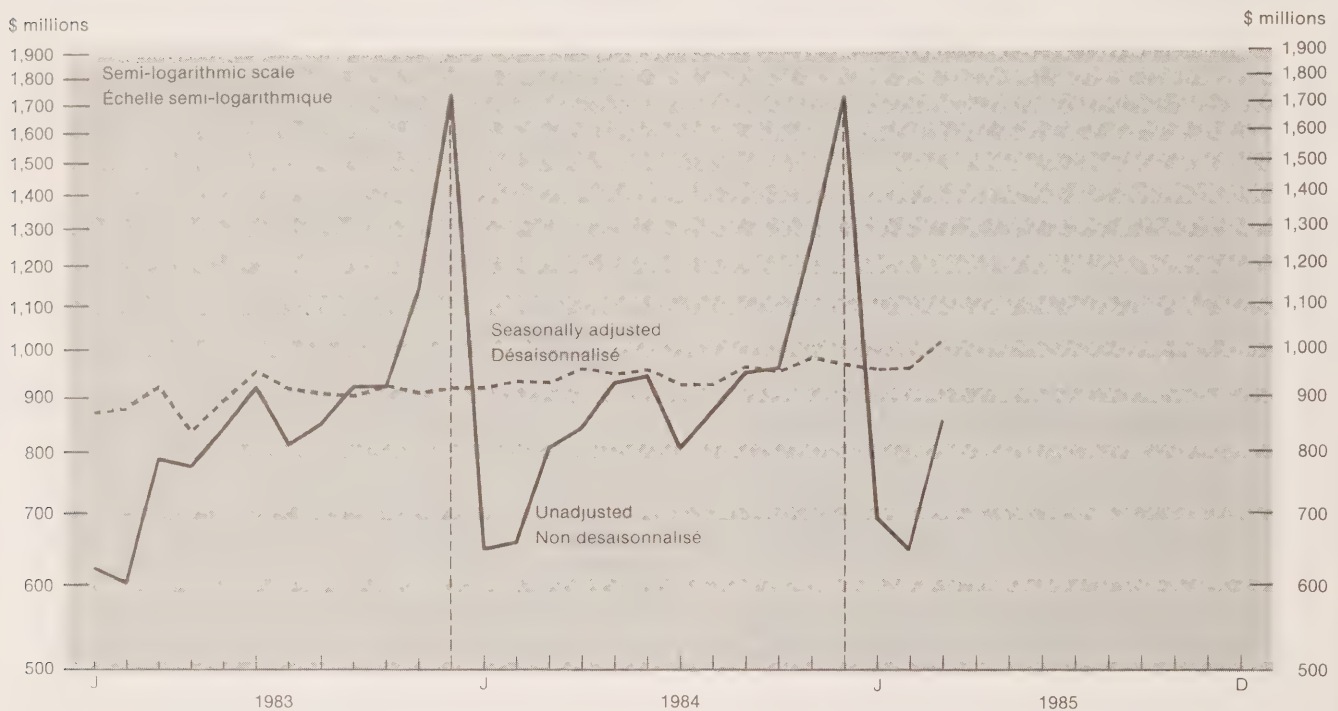


Chart — 2

Graphique — 2

## Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1983-1985

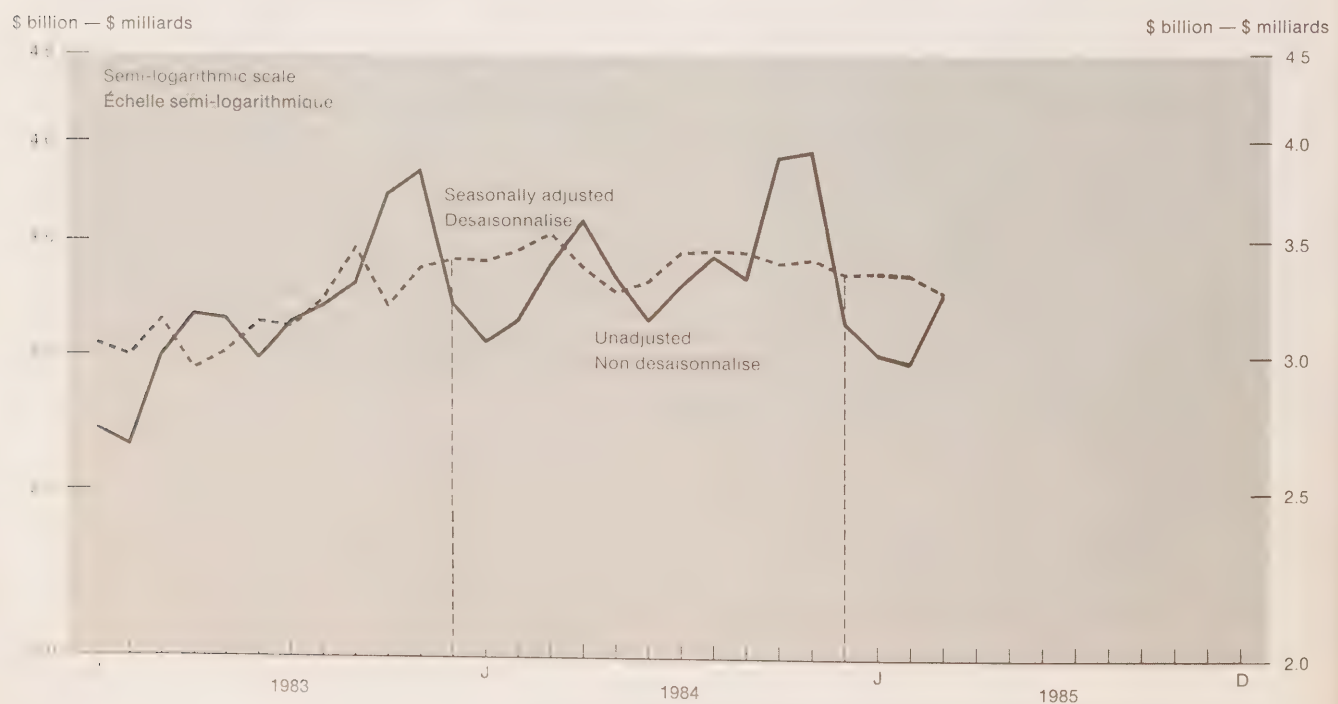


Chart — 3

Graphique — 3

Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1983-1985

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1983-1985



Chart — 4

Graphique — 4

# Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1983-1985

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1983-1985

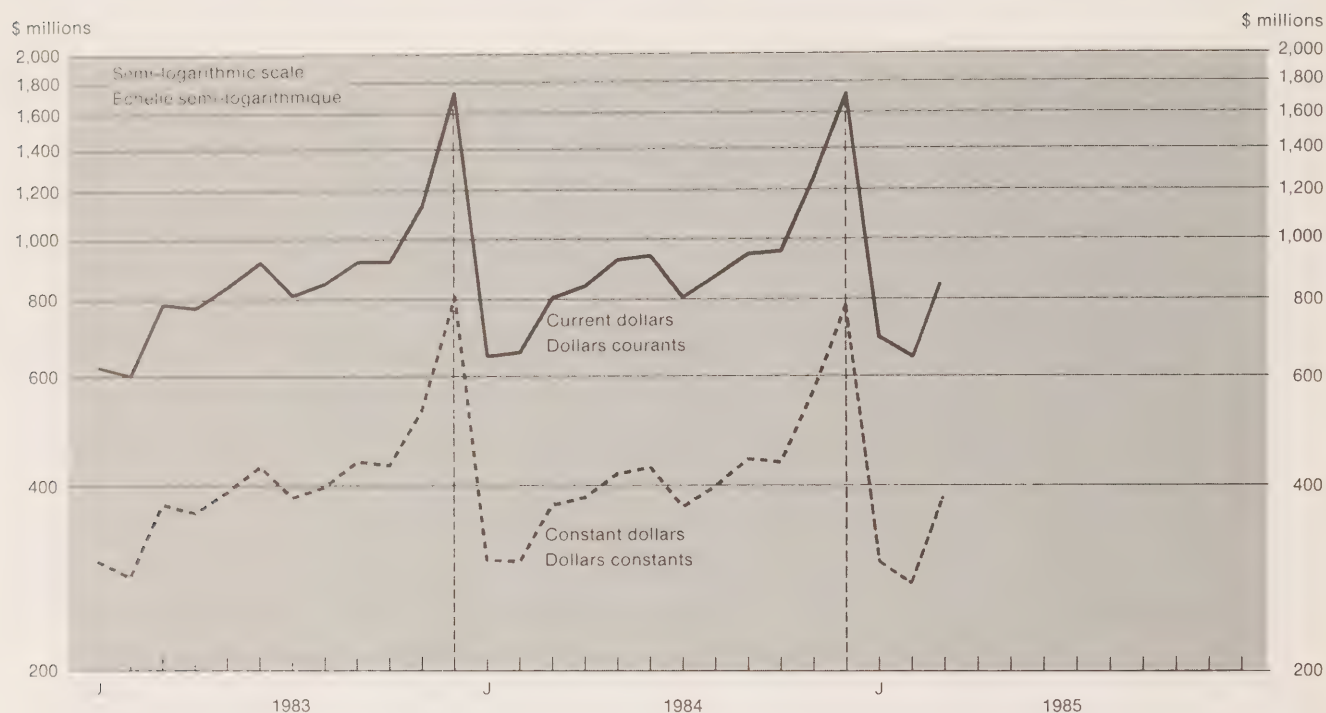
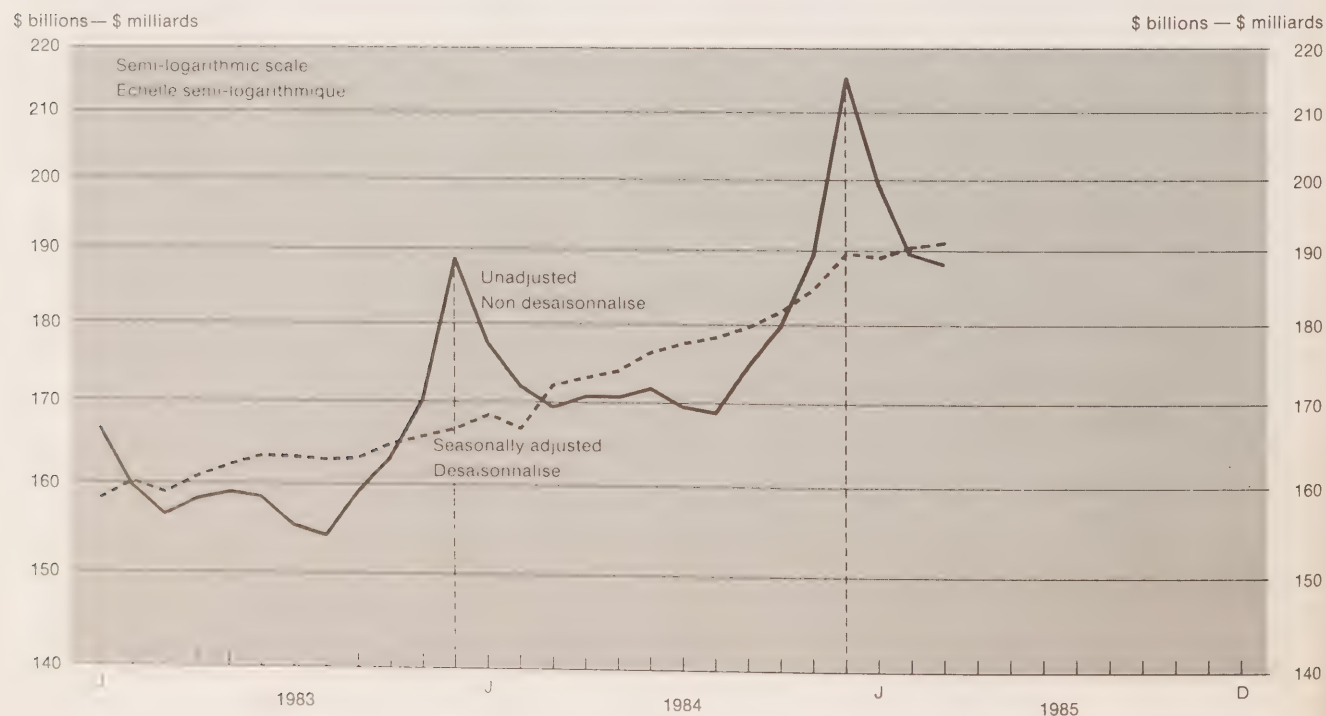


Chart — 5

Graphique — 5

# Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1983-1985

Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985











## HIGHLIGHTS

### Seasonally Adjusted Sales

- Adjusted for seasonal variations and the number of trading days, total department store sales in March 1985 increased 4.4% to \$1,000.8 million from the revised February 1985 level of \$958.2 million. Among the 37 departments recording higher sales, the largest gains were reported in girls' and teenage girls' wear (+ 23.9%), women's and misses' coats and suits (+ 18.5%) and women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms (+ 13.7%). Decreases were recorded in furs (- 18.0%), gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies (- 2.0%) and sporting goods and luggage (- 1.5%).

### Unadjusted Sales

- Unadjusted department store sales totalled \$849.1 million in March 1985, up 5.2% from the March 1984 level. Sales were higher in 29 of the 40 departments, with the largest increases reported in girls' and teenage girls' wear (+ 19.8%), boys' clothing and furnishings (+ 16.3%), women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms (+ 15.8%) and women's and misses' coats and suits (+ 15.8%). The most notable decreases were recorded in gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies (- 25.4%), plumbing, heating and building materials (- 19.2%) and furs (- 16.8%).
- At the provincial level, when compared to last year, department store sales decreased in British Columbia (- 1.1%), while the remaining provinces reported higher sales. Increases ranged from 0.6% in Saskatchewan to 17.9% in Nova Scotia. Of the 10 metropolitan areas surveyed, only Edmonton (- 0.7%) and Vancouver (- 0.9%) reported lower sales. The eight remaining areas had higher sales with increases ranging from 2.5% for Calgary to 21.1% for Halifax-Dartmouth.
- Sales by major department stores in March 1985 reached \$537.1 million, up 1.4% from the corresponding month a year earlier,

## POINTS SAILLANTS

### Ventes désaisonnalisées

- Les ventes des grands magasins, corrigées en fonction des variations saisonnières et du nombre de journées d'affaires, ont augmenté de 4.4% en mars 1985, par rapport au mois de février 1985 (\$958.2 millions - chiffre révisé) pour s'établir à \$1,000.8 millions. Des 37 rayons qui ont connu des hausses des ventes, on a constaté les augmentations les plus marquées dans les rayons de vêtements de fillettes et d'adolescentes (+ 23.9%), de manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles (+ 18.5%) et de robes, robes de ménage, tabliers et uniformes, pour dames et jeunes filles (+ 13.7%). Les ventes ont baissé seulement dans les rayons de fourrures (- 18.0%), d'essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures (- 2.0%) et d'articles de sport et valises (- 1.5%).

### Ventes non désaisonnalisées

- Les ventes des grands magasins, sans ajustements saisonniers, ont totalisé \$849.1 millions en mars 1985, soit 5.2% de plus qu'en mars 1984. Des 40 rayons pour lesquels on recueille des données, 29 ont indiqué des gains. Les hausses les plus fortes ont été enregistrées par les rayons de vêtements de fillettes et d'adolescentes (+ 19.8%), de vêtements et articles d'habillement pour garçons (+ 16.3%), de robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles (+ 15.8%) et manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles (+ 15.8%). Les baisses les plus notables ont été signalées dans les rayons d'essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures (- 25.4%), du matériel de plomberie, chauffage et construction (- 19.2%) et de fourrures (- 16.8%).
- À l'exception de la Colombie-Britannique (- 1.1%) qui a indiqué une baisse des ventes en mars 1985 par rapport à mars 1984, toutes les provinces ont signalé des hausses de ventes. Les gains s'échelonnent de 0.6% en Saskatchewan à 17.9% en Nouvelle-Écosse. Des 10 régions métropolitaines visées par l'enquête, les ventes ont diminué seulement à Edmonton (- 0.7%) et à Vancouver (- 0.9%). Les huit autres régions ont rapporté des hausses de leurs ventes variant de 2.5% à Calgary à 21.1% à Halifax-Dartmouth.
- Les ventes des grands magasins traditionnels, en mars 1985, se sont chiffrées à \$537.1 millions, soit une hausse de 1.4% par rapport aux

while junior department stores had sales of \$312.0 million, up 12.5% over the same period last year.

- Cumulative unadjusted sales of all department stores for the first three months of 1985 totalled \$2,188.3 million, 3.4% higher than the \$2,116.2 million reported in 1984.
- In March 1985, there were 793 retail locations operated by department store organizations, unchanged from the number reported for February 1985, but three less than in March 1984. Of this total number, 322 were operated by major department store organizations and 471 by junior department store organizations.
- In March 1985, total department store sales constituted 8.5% of all retail sales in Canada, a drop from the 8.8% share held in March 1984.

#### Stocks

- The unadjusted selling value of inventories held by department stores in March 1985 was \$3,275.6 million, down 3.6% from the corresponding month a year earlier. Seasonally adjusted department store stocks totalled \$3,278.9 million in March 1985, up 10.4% from the previous month's revised value of \$2,971.2 million.

#### Accounts Receivable

- The total value of accounts receivable of all department store organizations in March 1985 amounted to \$1,884.1 million, down 0.8% from the \$1,898.5 million recorded in February 1985.

ventes enregistrées à pareille date l'an dernier. Les grands magasins populaires ont, quant à eux, rapporté des ventes de l'ordre de \$312.0 millions, ce qui représente un gain de 12.5% par rapport à la même date l'année dernière.

- Les ventes cumulatives pour l'ensemble des grands magasins ont atteint \$2,188.3 millions pour la période couvrant les trois premiers mois de 1985, soit une augmentation de 3.4% par rapport aux \$2,116.2 millions rapportés pour la période correspondante l'an dernier.
- En mars 1985, on a dénombré un total de 793 points de ventes au détail exploités par les sociétés des grands magasins, soit le même nombre qu'en février 1985 et trois de moins qu'en mars 1984. De ce total, 322 points de ventes étaient exploités par les sociétés de grands magasins traditionnels et 471 par les organisations des grands magasins populaires.
- Les ventes totales des grands magasins ont représenté, à elles seules, 8.5% de l'ensemble du commerce de détail au Canada en mars 1985, soit un recul par rapport à la part de 8.8% détenue en mars 1984.

#### Stocks

- La valeur marchande, non désaisonnalisée, des stocks détenus en mars 1985 a diminué de 3.6% par rapport au mois correspondant l'année dernière pour atteindre \$3,275.6 millions. La valeur désaisonnalisée des stocks a, quant à elle, connu une hausse de 10.4% par rapport au mois précédent (\$2,971.2 millions - chiffre révisé) et s'est élevée à \$3,278.9 millions.

#### Comptes à recevoir

- La valeur totale des créances à recouvrer par les sociétés de grands magasins s'est chiffrée à \$1,884.1 millions en mars 1985, soit 0.8% de moins que l'estimation enregistrée en février 1985 (\$1,898.5 millions).

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985			1984 <sup>r</sup>			
		January <sup>r</sup>	February	March	March	April	May	June
		Janvier <sup>r</sup>	Février	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,867	10,054	15,827	13,670	16,850	19,346	19,897
2	Women's and misses' coats and suits	13,162	12,112	21,186	18,295	16,834	10,555	7,796
3	Women's and misses' sportswear	33,141	38,002	55,553	49,000	50,434	60,318	63,868
4	Furs	5,127	3,539	1,705	2,050	701	495	482
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	18,380	18,267	23,097	21,814	25,788	21,139	23,522
6	Girls' and teenage girls' wear	8,774	9,727	18,744	15,641	15,842	15,655	15,651
7	Lingerie and women's sleepwear	11,844	12,085	15,449	15,402	15,886	19,366	19,095
8	Intimate apparel	9,077	7,928	11,305	10,715	10,625	11,251	12,097
9	Millinery	1,560	1,069	1,179	1,138	1,488	1,256	1,237
10	Women's and girls' hosiery	8,561	7,590	10,813	10,873	11,078	10,996	9,261
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	10,182	9,180	13,746	12,514	13,933	15,487	13,612
12	Women's, misses' and children's footwear	15,387	14,277	24,925	22,440	27,652	25,755	25,188
13	Men's clothing	23,420	23,040	35,906	32,629	33,537	34,627	41,712
14	Men's furnishings	26,318	26,319	39,157	37,254	38,004	40,994	58,045
15	Boys' clothing and furnishings	7,730	7,373	12,535	10,781	13,241	11,684	12,123
16	Men's and boys' footwear	10,677	9,187	16,026	14,207	18,153	15,798	18,794
17	Food and kindred products	51,900	61,856	56,138	51,958	59,159	64,695	54,753
18	Toiletries, cosmetics and drugs	44,181	43,798	50,385	47,085	43,965	48,821	45,701
19	Photographic equipment and supplies	8,696	7,143	9,237	9,690	9,614	11,310	13,650
20	Piece goods	2,809	3,130	4,149	4,442	3,606	4,057	3,560
21	Linens and domestics	31,393	18,082	24,667	22,493	22,107	27,815	28,514
22	Smallwares and notions	9,272	7,386	8,651	8,095	7,015	6,918	6,427
23	China and glassware	7,208	7,887	10,144	9,987	8,461	13,001	10,133
24	Floor coverings	8,851	9,143	11,711	12,519	12,379	11,903	11,259
25	Draperies, curtains and furniture coverings	9,904	9,771	13,429	14,239	15,244	16,665	15,895
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	5,569	4,787	6,403	7,143	7,154	7,543	6,680
27	Furniture	42,715	32,951	45,260	42,317	41,755	51,643	49,941
28	Major appliances	39,936	32,286	41,867	41,318	39,491	44,333	50,927
29	Television, radio and music	32,827	29,117	37,678	39,265	32,935	33,327	32,232
30	Housewares and small electrical appliances	25,526	26,051	26,031	25,913	28,742	33,438	35,006
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	20,892	16,554	22,570	22,200	26,333	38,045	35,478
32	Plumbing, heating and building materials	6,876	5,756	7,315	9,052	11,222	12,537	14,608
33	Jewellery	10,829	12,325	18,174	16,440	16,775	20,956	19,203
34	Toys and games	12,547	13,054	18,893	16,366	17,515	18,342	17,077
35	Sporting goods and luggage	18,858	16,132	20,308	19,511	25,963	31,750	34,266
36	Stationery, books and magazines	22,137	21,397	24,734	24,003	23,496	26,898	25,563
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	11,902	10,041	11,563	15,493	17,299	17,891	17,780
38	Meals and lunches	19,374	17,630	21,869	21,872	20,367	21,007	21,351
39	Repairs and services	10,898	9,123	11,565	10,195	9,553	10,430	10,862
40	All other departments	24,801	21,916	29,183	26,980	32,826	42,342	38,482
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	692,108	647,065	849,077	806,999	843,022	930,389	941,728

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984 <sup>1</sup>						Change Variation	Rayon	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December	March 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mars 1985/1984		
thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
14,527	16,610	15,545	16,077	17,081	22,831	+ 15.8	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
7,107	15,796	20,934	26,631	28,221	23,182	+ 15.8	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
45,814	51,007	65,785	56,248	64,239	78,205	+ 13.4	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
1,150	1,786	3,464	5,537	9,114	7,811	- 16.8	Fourrures	4
18,921	27,253	25,928	26,838	29,012	36,901	+ 5.9	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
11,910	26,247	19,159	15,231	22,441	23,697	+ 19.8	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
15,964	15,531	17,723	18,511	29,712	48,995	+ 0.3	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
10,175	10,574	11,857	9,940	11,570	15,153	+ 5.5	Sous-vêtements	8
1,136	1,140	1,855	2,716	4,273	4,013	+ 3.6	Chapeaux	9
6,474	8,038	12,557	11,538	12,862	16,253	- 0.6	Bas pour dames et fillettes	10
10,029	11,396	17,064	17,847	28,737	41,120	+ 9.8	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
18,077	24,640	31,867	29,925	34,475	32,200	+ 11.1	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
25,454	32,728	43,011	41,679	62,353	81,772	+ 10.0	Vêtements pour hommes	13
36,207	34,659	44,443	42,759	72,134	118,770	+ 5.1	Articles d'habillement pour hommes	14
9,824	20,360	13,500	13,041	17,219	24,605	+ 16.3	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
12,464	14,726	17,150	16,448	22,534	26,104	+ 12.8	Chaussures pour hommes et garçons	16
51,819	60,156	54,011	59,062	79,422	86,944	+ 8.0	Produits alimentaires et connexes	17
44,666	46,450	49,117	51,859	68,184	126,980	+ 7.0	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
12,554	13,457	11,839	11,295	15,599	29,572	- 4.7	Appareils et fournitures photographiques	19
3,229	3,842	4,249	4,530	4,704	3,605	- 6.6	Tissus à la pièce	20
30,586	29,930	32,010	27,969	33,925	46,184	+ 9.7	Literie et linge de maison	21
6,819	7,080	10,441	9,572	10,645	12,761	+ 6.9	Menus articles	22
10,291	9,358	11,727	11,760	20,210	37,306	+ 1.6	Porcelaine et verrerie	23
11,682	10,756	12,402	14,153	16,099	11,948	- 6.5	Revêtements de plancher	24
15,380	13,939	15,563	15,731	17,663	17,044	- 5.7	Tentures, rideaux et housses	25
7,509	7,168	8,343	8,307	13,047	20,568	- 10.4	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
51,873	40,197	44,737	47,236	47,918	43,200	+ 7.0	Meubles	27
47,610	43,523	46,869	47,118	52,088	54,816	+ 1.3	Gros appareils ménagers	28
35,416	37,145	53,295	45,651	57,889	89,000	- 4.0	Télévision, radio et musique	29
32,459	33,028	31,912	35,955	47,449	80,759	+ 0.5	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
27,106	24,754	22,203	26,503	29,629	35,435	+ 1.7	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
11,210	9,789	9,339	10,353	10,639	11,442	- 19.2	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
16,213	16,949	20,787	17,998	29,894	67,633	+ 10.5	Bijouterie	33
17,864	17,840	20,513	31,689	62,080	91,424	+ 15.4	Jouets et jeux	34
29,212	24,133	20,752	19,092	28,011	47,844	+ 4.1	Articles de sport et valises	35
23,305	33,881	32,195	24,710	43,591	74,184	+ 3.0	Papeterie, livres et revues	36
14,861	17,428	13,686	19,614	20,963	21,877	- 25.4	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
20,066	21,536	20,778	21,952	26,163	32,636	---	Repas et casse-croûtes	38
9,421	9,745	10,033	12,098	15,849	13,683	+ 13.4	Services et travaux de réparation	39
30,208	27,848	28,722	31,887	36,654	57,324	+ 8.2	Tous autres rayons	40
806,592	872,423	947,365	957,060	1,254,292	1,715,781	+ 5.2	TOTAL, TOUTS RAYONS	41



TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985(1)

No.	Department	1985			1984 <sup>r</sup>			
		January <sup>r</sup>	February <sup>r</sup>	March <sup>p</sup>	March	April	May	June
		Janvier <sup>r</sup>	Février <sup>r</sup>	Mars <sup>p</sup>	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	16,279	15,795	17,952	15,140	15,880	15,110	16,338
2	Women's and misses' coats and suits	16,443	16,891	20,009	16,769	17,832	17,404	18,259
3	Women's and misses' sportswear	54,938	55,909	58,868	50,496	53,277	53,779	60,147
4	Furs	3,164	3,111	2,550	3,030	2,844	2,712	2,584
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	24,881	25,953	26,162	23,986	26,482	22,373	24,918
6	Girls' and teenage girls' wear	17,218	15,735	19,491	15,618	16,432	16,358	16,860
7	Lingerie and women's sleepwear	20,356	19,788	20,656	19,732	19,661	20,482	20,509
8	Intimate apparel	11,360	11,190	11,738	10,733	10,939	10,477	10,760
9	Millinery	1,974	1,917	1,944	1,849	2,094	1,944	1,953
10	Women's and girls' hosiery	10,653	10,544	11,240	10,895	10,958	10,849	10,585
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	17,288	17,260	17,854	15,639	16,422	16,667	16,481
12	Women's, misses' and children's footwear	25,658	25,496	26,857	23,370	26,708	24,679	25,136
13	Men's clothing	38,231	39,618	40,448	35,412	38,404	38,547	39,922
14	Men's furnishings	47,824	48,841	52,933	49,009	50,307	48,202	49,476
15	Boys' clothing and furnishings	14,071	13,853	14,683	12,294	13,595	12,723	13,449
16	Men's and boys' footwear	17,615	15,993	18,037	15,442	17,530	14,953	16,771
17	Food and kindred products	61,438	62,596	63,062	55,590	59,998	61,581	60,142
18	Toiletries, cosmetics and drugs	56,885	58,066	58,572	52,884	52,370	53,197	51,444
19	Photographic equipment and supplies	12,556	11,919	12,494	12,500	13,050	13,147	13,022
20	Piece goods	3,360	3,713	3,841	3,984	3,878	3,967	3,883
21	Linens and domestics	29,407	30,819	31,929	27,724	28,127	29,784	28,501
22	Smallwares and notions	8,670	8,923	9,319	8,445	8,338	8,621	8,292
23	China and glassware	12,588	12,669	13,235	12,262	12,147	13,146	12,973
24	Floor coverings	10,566	11,628	11,855	12,145	12,795	11,677	11,667
25	Draperies, curtains and furniture coverings	13,993	14,220	14,461	14,766	15,215	15,181	14,176
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7,585	7,882	8,101	8,574	9,234	8,963	8,489
27	Furniture	45,164	45,043	47,739	42,858	46,821	45,446	45,467
28	Major appliances	44,538	45,415	46,763	44,642	46,284	44,677	44,530
29	Television, radio and music	39,940	42,429	42,762	43,026	43,274	42,909	42,536
30	Housewares and small electrical appliances	36,843	35,867	36,893	35,075	35,625	35,599	36,492
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	29,058	26,480	28,112	26,549	27,781	27,437	27,980
32	Plumbing, heating and building materials	9,483	8,794	9,395	10,995	10,930	10,315	10,638
33	Jewellery	22,559	22,962	24,846	21,593	22,430	22,645	21,970
34	Toys and games	31,623	30,273	31,960	27,269	27,473	29,402	27,291
35	Sporting goods and luggage	27,258	28,226	27,792	25,482	26,554	26,401	26,066
36	Stationery, books and magazines	31,571	31,127	32,487	30,300	30,903	33,053	30,548
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	14,318	14,487	14,196	17,846	18,522	16,554	17,117
38	Meals and lunches	21,966	22,022	22,750	21,901	22,749	21,961	21,723
39	Repairs and services	12,324	11,202	11,879	9,980	10,510	10,586	10,896
40	All other departments	34,387	33,577	34,894	30,700	32,862	32,122	32,933
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	956,034	958,235	1,000,757	916,503	957,233	945,624	952,922

(1) The sum of the components may not equal to the total due to rounding.

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1984 et 1985(1)

1984 <sup>F</sup>						Change - Variation		
July	August	September	October	November	December	March/ February 1985	Rayon	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mars/ février 1985		N <sup>o</sup>
Thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
16,055	16,845	15,882	16,617	15,842	16,012	+ 13.7	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
16,774	14,729	17,333	16,392	17,232	16,572	+ 18.5	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
54,537	53,278	53,486	55,615	56,579	54,511	+ 5.3	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
2,939	2,855	3,696	3,873	4,221	3,331	- 18.0	Fourrures	4
22,823	24,678	24,553	24,422	24,817	24,467	+ 0.8	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
16,211	17,413	17,111	16,023	18,236	16,047	+ 23.9	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
19,795	19,738	19,607	19,641	20,378	20,071	+ 4.4	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
11,106	10,570	11,159	10,873	10,959	11,092	+ 4.9	Sous-vêtements	8
1,983	1,793	2,052	1,982	2,028	1,680	+ 1.4	Chapeaux	9
9,773	10,117	10,667	10,291	10,520	10,290	+ 6.6	Bas pour dames et fillettes	10
16,283	15,081	16,601	16,677	18,139	17,143	+ 3.4	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
24,729	25,056	25,283	25,169	25,627	25,317	+ 5.3	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
38,507	39,626	39,715	39,739	41,891	41,999	+ 2.1	Vêtements pour hommes	13
48,594	45,269	47,988	46,847	48,385	47,510	+ 8.4	Articles d'habillement pour hommes	14
13,591	13,295	13,762	13,737	13,786	13,674	+ 6.0	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
16,188	15,990	15,880	16,187	16,627	16,975	+ 12.8	Chaussures pour hommes et garçons	16
61,533	59,047	63,469	61,676	63,157	63,684	+ 0.7	Produits alimentaires et connexes	17
54,455	52,375	56,312	54,878	57,870	57,555	+ 0.9	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
13,233	12,931	13,006	12,896	12,936	12,857	+ 4.8	Appareils et fournitures photographiques	19
4,176	3,836	3,755	3,781	3,797	3,629	+ 3.4	Tissus à la pièce	20
29,681	29,133	29,269	28,038	30,857	29,597	+ 3.6	Literie et linge de maison	21
8,442	8,126	8,877	8,357	8,515	8,762	+ 4.4	Menus articles	22
13,334	11,792	12,990	13,600	13,583	13,907	+ 4.5	Porcelaine et verrerie	23
11,491	11,457	12,519	11,633	13,009	12,068	+ 1.9	Revêtements de plancher	24
14,840	14,276	15,352	14,812	15,110	14,833	+ 1.7	Tentures, rideaux et housses	25
9,004	8,331	8,773	8,359	8,847	8,949	+ 2.8	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
44,259	39,641	45,147	45,790	46,458	45,024	+ 6.0	Meubles	27
42,305	43,362	45,032	46,663	50,116	50,116	+ 3.0	Gros appareils ménagers	28
43,673	42,112	46,607	43,152	43,204	44,107	+ 0.8	Télévision, radio et musique	29
36,813	36,145	35,907	36,198	37,240	36,971	+ 2.9	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
28,029	27,024	24,887	25,922	27,767	26,309	+ 6.2	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
10,255	9,878	10,329	9,798	9,967	10,763	+ 6.8	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
22,600	21,265	21,877	21,570	21,977	22,753	+ 8.2	Bijouterie	33
28,279	28,106	32,175	30,291	27,851	26,188	+ 5.6	Jouets et jeux	34
26,343	26,484	25,763	25,614	27,099	25,640	- 1.5	Articles de sport et valises	35
31,595	30,702	31,829	29,518	32,280	31,347	+ 4.4	Papeterie, livres et revues	36
16,197	17,495	16,480	16,849	15,825	16,567	- 2.0	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
22,002	21,599	22,082	22,107	22,442	22,237	+ 3.3	Repas et casse-croûtes	38
10,840	10,777	11,100	11,094	11,377	11,044	+ 6.0	Services et travaux de réparation	39
33,407	31,198	34,068	34,937	34,994	34,397	+ 3.9	Tous autres rayons	40
946,674	923,425	962,379	948,526	978,095	965,994	+ 4.4	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

(1) La somme des composantes peut ne pas être égale au total en raison de l'arrondissement.

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

No.	Province	1985			1984 <sup>F</sup>			
		January <sup>F</sup>	February	March	March	April	May	June
		Janvier <sup>F</sup>	Février	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin
thousands of dollars - milliers de dollars								
1	Newfoundland	6,952	7,096	9,731	8,610	10,060	11,207	11,345
2	Prince Edward Island	4,074	3,852	4,567	4,225	5,160	5,553	6,168
3	Nova Scotia	18,630	18,740	25,876	21,953	26,951	27,399	28,025
4	New Brunswick	13,276	12,894	18,127	15,743	19,640	21,436	21,275
5	Quebec	130,436	121,067	160,174	146,429	162,154	184,124	178,268
6	Ontario	248,605	230,686	304,119	282,877	303,082	334,986	348,590
7	Manitoba	34,415	33,067	46,213	44,095	45,415	48,292	49,252
8	Saskatchewan	22,137	20,906	27,964	27,789	27,420	29,020	29,464
9	Alberta	97,925	91,754	117,811	116,483	113,327	124,268	124,800
10	British Columbia	115,658	107,002	134,497	136,013	127,668	141,495	141,559
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	2,782	2,145	2,608	2,983
12	CANADA	692,108	647,065	849,077	806,999	843,022	930,389	941,728

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

		1985			1984 <sup>F</sup>			
Selected metropolitan areas		January <sup>F</sup>	February <sup>F</sup>	March	March	April	May	June
		Janvier <sup>F</sup>	Février <sup>F</sup>	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin
No.		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Calgary	37,702	35,612	45,068	43,968	42,603	47,114	46,703
2	Edmonton	44,148	40,891	52,733	53,091	51,473	56,432	56,832
3	Halifax-Dartmouth	11,130	10,743	14,671	12,118	14,248	14,739	14,867
4	Hamilton	19,486	16,635	21,422	20,342	22,155	24,715	25,922
5	Montreal	78,812	73,022	94,865	86,788	94,533	105,975	104,741
6	Ottawa-Hull	30,661	27,879	37,643	35,802	37,466	42,693	42,163
7	Quebec City	18,428	16,465	21,969	20,466	21,611	27,559	25,779
8	Toronto	99,553	95,090	125,686	115,269	121,503	130,168	138,276
9	Vancouver	70,220	64,386	80,280	81,021	74,707	82,622	82,772
10	Winnipeg	51,341	29,981	41,482	59,979	41,273	43,720	44,397

TABLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1984 et 1985

1984 <sup>r</sup>						Change Variation	Province	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December	March 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mars 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
9,442	11,317	11,141	12,329	16,271	23,157	+ 13.0	Terre-Neuve	1
6,177	6,375	5,490	5,624	7,412	10,707	+ 8.1	Île-du-Prince-Édouard	2
25,131	28,836	28,999	30,813	43,553	61,171	+ 17.9	Nouvelle-Écosse	3
18,421	20,079	20,138	21,328	30,789	40,972	+ 15.1	Nouveau-Brunswick	4
150,887	163,813	176,106	182,239	230,121	311,798	+ 9.4	Québec	5
292,171	312,209	341,081	346,765	472,695	652,243	+ 7.5	Ontario	6
43,233	45,526	52,448	49,639	65,859	85,871	+ 4.8	Manitoba	7
26,331	27,248	31,473	30,177	41,146	53,485	+ 0.6	Saskatchewan	8
104,897	116,810	127,993	126,976	158,726	218,029	+ 1.1	Alberta	9
127,425	137,534	149,146	148,115	184,827	253,420	- 1.1	Colombie-Britannique	10
2,478	2,674	3,350	3,054	2,894	4,928	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
806,592	872,423	947,365	957,060	1,254,292	1,715,781	+ 5.2	CANADA	12

TABLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

1984 <sup>r</sup>						Change Variation	Certaines zones métropolitaines	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December	March 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mars 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
41,049	43,591	49,079	48,618	60,020	83,892	+ 2.5	Calgary	1
48,855	53,470	57,612	57,446	71,344	96,074	- 0.7	Edmonton	2
13,030	15,745	16,665	17,572	24,904	32,904	+ 21.1	Halifax-Dartmouth	3
21,566	22,156	24,493	25,892	32,526	50,915	+ 5.3	Hamilton	4
84,768	93,911	106,689	108,137	138,914	190,400	+ 9.3	Montréal	5
34,535	38,390	42,719	44,593	56,416	73,494	+ 5.1	Ottawa-Hull	6
23,024	23,843	24,577	25,644	31,863	40,556	+ 7.3	Ville de Québec	7
114,163	119,291	139,209	139,154	188,655	263,715	+ 9.0	Toronto	8
72,695	78,140	88,171	87,881	108,850	148,953	- 0.9	Vancouver	9
39,143	41,157	47,664	44,889	59,918	76,858	+ 3.8	Winnipeg	10

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

No.	Province	1985			1984 <sup>F</sup>			
		January <sup>F</sup>	February	March	March	April	May	June
		Janvier <sup>F</sup>	Février	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin
thousands of dollars - milliers de dollars								
1	Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x
2	Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x
3	Nova Scotia	7,353	6,567	9,188	6,861	8,153	8,116	8,257
4	New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x
5	Quebec	75,980	67,700	90,490	86,606	91,181	103,437	99,753
6	Ontario	153,708	138,416	185,694	178,528	182,117	201,192	208,432
7	Manitoba	23,448	21,585	30,515	29,989	28,943	30,407	31,344
8	Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x
9	Alberta	76,498	69,584	87,813	89,780	83,758	91,972	93,174
10	British Columbia	95,162	86,133	107,111	109,166	100,502	111,637	112,125
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	x	x	x	x
12	CANADA	453,711	409,143	537,063	529,691	522,096	577,533	584,661

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985			1984 <sup>r</sup>			
		January	February	March	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin
thousands of dollars - milliers de dollars								
1	Calgary	30,048	27,906	34,770	34,908	32,593	35,808	35,852
2	Edmonton	35,184	31,384	40,019	41,541	38,634	42,439	43,076
3	Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x
4	Hamilton	14,872	12,214	15,555	15,159	15,340	18,110	18,853
5	Montreal	51,972	47,044	61,779	58,723	61,340	67,703	65,971
6	Ottawa-Hull	19,758	16,730	23,497	23,884	23,107	26,767	25,979
7	Quebec City	x	x	x	x	x	x	x
8	Toronto	72,416	69,020	93,501	85,947	87,985	93,328	98,375
9	Vancouver	62,059	56,067	69,426	70,084	64,039	70,877	71,257
10	Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x



TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985

1984 <sup>r</sup>						Change Variation	Province	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December	March 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mars 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
7,350	9,729	10,873	11,086	15,666	20,626	+ 33.9	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
84,105	90,369	106,580	107,600	135,411	173,829	+ 4.5	Québec	5
173,654	180,143	213,139	214,317	292,214	386,092	+ 4.0	Ontario	6
27,592	28,635	36,495	32,513	43,967	54,203	+ 1.8	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
76,448	86,398	97,543	94,529	120,054	160,601	- 2.2	Alberta	9
99,403	107,152	120,456	118,969	148,121	198,033	- 1.9	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
496,195	530,591	619,430	611,524	799,105	1,049,201	+ 1.4	CANADA	12

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

1984 <sup>F</sup>						Change Variation	Certaines zones métropolitaines	NO
July	August	September	October	November	December	March 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mars 1985/1984		
Thousands of dollars - milliers de dollars								
31,137	33,402	38,915	36,924	47,629	64,408	- 0.4	Calgary	1
36,547	40,093	44,376	43,621	54,463	71,870	- 3.7	Edmonton	2
x	x	x	x	x	x	x	Halifax-Dartmouth	3
16,036	16,107	18,450	19,482	23,807	37,264	+ 2.6	Hamilton	4
54,219	59,685	73,867	72,264	93,142	121,723	+ 5.2	Montréal	5
21,541	22,997	28,020	29,404	36,757	44,557	- 1.6	Ottawa-Hull	6
x	x	x	x	x	x	x	Ville de Québec	7
81,269	83,509	102,488	102,337	139,757	188,850	+ 8.8	Toronto	8
62,111	66,858	76,930	76,272	94,227	126,584	- 0.9	Vancouver	9
x	x	x	x	x	x	x	Winnipeg	10

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

Province	1985			1984 <sup>r</sup>			
	January <sup>r</sup>	February	March	March	April	May	June
	Janvier <sup>r</sup>	Février	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	thousands of dollars - milliers de dollars						
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	11,277	12,173	16,688	15,092	18,798	19,283	19,768
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	54,456	53,367	69,684	59,823	70,973	80,687	78,515
6 Ontario	94,898	92,269	118,425	104,349	120,965	133,794	140,158
7 Manitoba	10,967	11,482	15,698	14,106	16,471	17,885	17,907
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	21,426	22,170	29,998	26,703	29,569	32,296	31,626
10 British Columbia	20,496	20,869	27,386	26,847	27,166	29,857	29,434
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	-	x	x	x	x
12 CANADA	238,397	237,922	312,014	277,309	320,926	352,855	357,066

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985			1984 <sup>r</sup>			
		January <sup>r</sup>	February <sup>r</sup>	March	March	April	May	June
		Janvier <sup>r</sup>	Février <sup>r</sup>	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin
thousands of dollars - milliers de dollars								
1	Calgary	7,655	7,707	10,298	9,060	10,010	11,306	10,851
2	Edmonton	8,965	9,507	12,714	11,549	12,839	13,993	13,756
3	Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x
4	Hamilton	4,614	4,421	5,868	5,183	6,815	6,605	7,069
5	Montreal	26,840	25,978	33,087	28,064	33,192	38,271	38,770
6	Ottawa-Hull	10,903	11,149	14,147	11,919	14,360	15,926	16,184
7	Quebec City	x	x	x	x	x	x	x
8	Toronto	27,136	26,070	32,185	29,323	33,518	36,840	39,902
9	Vancouver	8,161	8,320	10,854	10,938	10,668	11,746	11,515
10	Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x

---

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

No.	Province	1985			1984 <sup>F</sup>				
		January <sup>F</sup>	February	March	January	February	March	April	May
		Janvier <sup>F</sup>	Février	Mars	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai
		number - nombre							
1	Newfoundland	14	14	14	14	14	14	14	14
2	Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7	7	7
3	Nova Scotia	33	33	33	32	32	32	32	32
4	New Brunswick	27	27	27	27	27	27	27	27
5	Quebec	163	163	163	162	160	158	159	160
6	Ontario	297	297	297	299	297	297	298	298
7	Manitoba	38	38	38	38	38	38	38	38
8	Saskatchewan	32	32	32	31	31	31	31	31
9	Alberta	81	81	81	84	84	84	84	84
10	British Columbia	102	101	101	101	102	102	102	103
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	6	6	6	6	6
12	CANADA	794(1)	793	793	801	798	796	798	800

(1) The decrease of seven stores is due to the reclassification of these department stores to other kinds of business.

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985			1984 <sup>F</sup>				
		January	February	March	January	February	March	April	May
		Janvier	Février	Mars	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai
		number - nombre							
1	Calgary	26	26	26	26	26	26	26	26
2	Edmonton	33	33	33	33	33	33	33	33
3	Halifax-Dartmouth	14	14	14	13	13	13	13	13
4	Hamilton	24	24	24	24	24	24	24	24
5	Montreal	76	76	76	80	78	76	75	75
6	Ottawa-Hull	32	32	32	33	33	33	33	33
7	Quebec City	22	22	22	20	20	20	20	20
8	Toronto	88	88	88	88	88	88	88	88
9	Vancouver	41	41	41	41	41	41	41	41
10	Winnipeg	30	30	30	30	30	30	30	30

TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1984 et 1985

1984 <sup>F</sup>								
June	July	August	September	October	November	December	Province	
Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		N <sup>O</sup>
number - nombre								
14	14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
32	32	33	33	33	33	33	Nouvelle-Écosse	3
27	27	27	27	27	27	27	Nouveau-Brunswick	4
160	160	160	160	161	163	163	Québec	5
298	298	297	297	298	298	298	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
31	31	31	31	32	32	32	Saskatchewan	8
84	84	81	81	81	81	81	Alberta	9
103	103	102	102	102	102	102	Colombie-Britannique	10
6	6	6	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
800	800	796	796	799	801	801	CANADA	12

(1) La baisse de sept magasins a été causée par la reclassification de ces magasins à d'autres genres de commerce.

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]



TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

No.	Province	1985			1984				
		January	February	March	January	February	March	April	May
		Janvier	Février	Mars	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai
		number - nombre							
1	Newfoundland	6	6	6	8	8	8	8	8
2	Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3	3	3
3	Nova Scotia	7	7	7	6	6	6	6	6
4	New Brunswick	4	4	4	4	4	4	4	4
5	Quebec	55	55	55	55	55	55	55	55
6	Ontario	109	109	109	112	113	113	113	113
7	Manitoba	18	18	18	18	18	18	18	18
8	Saskatchewan	15	15	15	16	16	16	16	16
9	Alberta	46	46	46	49	49	49	49	49
10	British Columbia	60	59	59	60	61	61	61	61
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	5	5	5	5	5
12	CANADA	323	322	322	336	338	338	338	338

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985			1984				
		January	February	March	January	February	March	April	May
		Janvier	Février	Mars	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai
		number - nombre							
1	Calgary	14	14	14	14	14	14	14	14
2	Edmonton	18	18	18	18	18	18	18	18
3	Halifax-Dartmouth	6	6	6	5	5	5	5	5
4	Hamilton	14	14	14	14	14	14	14	14
5	Montreal	30	30	30	30	30	30	30	30
6	Ottawa-Hull	12	12	12	13	13	13	13	13
7	Quebec City	8	8	8	8	8	8	8	8
8	Toronto	40	40	40	40	40	40	40	40
9	Vancouver	26	26	26	26	26	26	26	26
10	Winnipeg	13	13	13	13	13	13	13	13

TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985

1984							Province	N <sup>o</sup>
June	July	August	September	October	November	December		
Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre								
8	8	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2
6	6	7	7	7	7	7	Nouvelle-Écosse	3
4	4	4	4	4	4	4	Nouveau-Brunswick	4
55	55	54	54	55	55	55	Québec	5
113	113	110	110	110	110	110	Ontario	6
18	18	18	18	18	18	18	Manitoba	7
16	16	15	15	15	15	15	Saskatchewan	8
49	49	46	46	46	46	46	Alberta	9
61	61	60	60	60	60	60	Colombie-Britannique	10
5	5	5	5	5	5	5	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
<b>338</b>	<b>338</b>	<b>328</b>	<b>328</b>	<b>329</b>	<b>329</b>	<b>329</b>	<b>CANADA</b>	<b>12</b>

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

No.	Province	1985			1984 <sup>F</sup>				
		January <sup>F</sup>	February	March	January	February	March	April	May
		Janvier <sup>F</sup>	Février	Mars	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai
		number - nombre							
1	Newfoundland	8	8	8	6	6	6	6	6
2	Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4	4	4
3	Nova Scotia	26	26	26	26	26	26	26	26
4	New Brunswick	23	23	23	23	23	23	23	23
5	Quebec	108	108	108	107	105	103	104	105
6	Ontario	188	188	188	187	184	184	185	185
7	Manitoba	20	20	20	20	20	20	20	20
8	Saskatchewan	17	17	17	15	15	15	15	15
9	Alberta	35	35	35	35	35	35	35	35
10	British Columbia	42	42	42	41	41	41	41	42
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	1	1	1	1	1
12	CANADA	471	471	471	465	460	458	460	462

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985			1984 <sup>F</sup>				
		January	February	March	January	February	March	April	May
		Janvier	Février	Mars	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai
		number - nombre							
1	Calgary	12	12	12	12	12	12	12	12
2	Edmonton	15	15	15	15	15	15	15	15
3	Halifax-Dartmouth	8	8	8	8	8	8	8	8
4	Hamilton	10	10	10	10	10	10	10	10
5	Montreal	46	46	46	50	48	46	45	45
6	Ottawa-Hull	20	20	20	20	20	20	20	20
7	Quebec City	14	14	14	12	12	12	12	13
8	Toronto	48	48	48	48	48	48	48	48
9	Vancouver	15	15	15	15	15	15	15	15
10	Winnipeg	17	17	17	17	17	17	17	17



TABLE 15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985  
January-MarchTABLEAU 15. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985  
Janvier-mars

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1985/1984
		1984 <sup>r</sup>	1985	Variation 1985/1984
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	32,452	34,748	+ 7.1
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	45,411	46,460	+ 2.3
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et jeunes filles	118,246	126,696	+ 7.1
4	Furs - Fourrures	9,829	10,371	+ 5.5
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	56,722	59,744	+ 5.3
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	34,024	37,245	+ 9.5
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	39,137	39,378	+ 0.6
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	27,111	28,310	+ 4.4
9	Millinery - Chapeaux	3,480	3,808	+ 9.4
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	27,418	26,964	- 1.7
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	30,354	33,108	+ 9.1
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	51,983	54,589	+ 5.0
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	77,244	82,366	+ 6.6
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	88,680	91,794	+ 3.5
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillem- ent pour garçons	25,721	27,638	+ 7.5
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	33,266	35,890	+ 7.9
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	160,024	169,894	+ 6.2
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	127,300	138,364	+ 8.7
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	27,847	25,076	- 10.0
20	Piece goods - Tissus à la pièce	11,813	10,088	- 14.6
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	67,807	74,142	+ 9.3
22	Smallwares and notions - Menus articles	23,501	25,309	+ 7.7
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	24,850	25,239	+ 1.6
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	32,021	29,705	- 7.2
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	35,783	33,104	- 7.5
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	19,096	16,759	- 12.2
27	Furniture - Meubles	114,001	120,926	+ 6.1
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	111,698	114,089	+ 2.1
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique	103,330	99,622	- 3.6
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	77,945	77,608	- 0.4
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	54,964	60,016	+ 9.2
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	24,761	19,947	- 19.4
33	Jewellery - Bijouterie	39,071	41,328	+ 5.8
34	Toys and games - Jouets et jeux	39,076	44,494	+ 13.9
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	50,987	55,298	+ 8.5
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	66,424	68,268	+ 2.8
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	44,461	33,506	- 24.6
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	59,362	58,873	- 0.8
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	27,430	31,586	+ 15.2
40	All other departments - Tous autres rayons	71,589	75,900	+ 6.0
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	2,116,219	2,188,250	+ 3.4



TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985  
January-March

TABLEAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1984 et 1985  
Janvier-mars

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	21,847	23,779	+ 8.8
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	11,638	12,493	+ 7.3
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	56,335	63,246	+ 12.3
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	41,564	44,297	+ 6.6
Québec	389,228	411,677	+ 5.8
Ontario	746,332	783,410	+ 5.0
Manitoba	109,695	113,695	+ 3.6
Saskatchewan	70,661	71,007	+ 0.5
Alberta	305,636	307,490	+ 0.6
British Columbia - Colombie-Britannique	356,733	357,157	+ 0.1
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	6,548	-	...
<b>CANADA</b>	<b>2,116,219</b>	<b>2,188,250</b>	<b>+ 3.4</b>

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985  
January-March

TABLEAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines,  
1984 et 1985  
Janvier-mars

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	115,744	118,382	+ 2.3
Edmonton	139,572	137,772	- 1.3
Halifax-Dartmouth	31,402	36,544	+ 16.4
Hamilton	56,094	57,543	+ 2.6
Montréal	233,001	246,699	+ 5.9
Ottawa-Hull	91,866	96,183	+ 4.7
Quebec City - Ville de Québec	56,021	56,862	+ 1.5
Toronto	300,789	320,329	+ 6.5
Vancouver	213,368	214,886	+ 0.7
Winnipeg	99,657	102,804	+ 3.2

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985  
January-March

TABLÉAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985  
Janvier-mars

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>r</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	18,296	23,108	+ 26.3
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	227,020	234,170	+ 3.1
Ontario	467,164	477,818	+ 2.3
Manitoba	74,323	75,548	+ 1.6
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	237,468	233,895	- 1.5
British Columbia - Colombie-Britannique	291,246	288,406	- 1.0
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	-	...
<b>CANADA</b>	<b>1,389,405</b>	<b>1,399,917</b>	<b>+ 0.8</b>

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985  
January-March

TABLÉAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985  
Janvier-mars

Selected metropolitan areas  Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>r</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	92,268	92,724	+ 0.5
Edmonton	110,118	106,587	- 3.2
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	41,900	42,641	+ 1.8
Montréal	153,836	160,795	+ 4.5
Ottawa-Hull	59,455	59,985	+ 0.9
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	222,155	234,937	+ 5.8
Vancouver	187,050	187,552	+ 0.3
Winnipeg	x	x	x

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985  
January-March

TABLERAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985  
Janvier-mars

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	38,040	40,138	+ 5.5
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	162,207	177,507	+ 9.4
Ontario	279,169	305,592	+ 9.5
Manitoba	35,372	38,147	+ 7.8
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	68,168	73,594	+ 8.0
British Columbia - Colombie-Britannique	65,489	68,751	+ 5.0
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	-	...
<b>CANADA</b>	<b>726,816</b>	<b>788,333</b>	<b>+ 8.5</b>

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985  
January-March

TABLERAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines,  
1984 et 1985  
Janvier-mars

Selected metropolitan areas  Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	23,476	25,660	+ 9.3
Edmonton	29,453	31,186	+ 5.9
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	14,194	14,903	+ 5.0
Montréal	79,163	85,905	+ 8.5
Ottawa-Hull	32,411	36,199	+ 11.7
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	78,635	85,391	+ 8.6
Vancouver	26,319	27,335	+ 3.9
Winnipeg	x	x	x

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1983-1985

TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1983-1985

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution
	'000	%	'000	%	'000	%
<b>1983:</b>						
January - Janvier	623,021	100.0	416,075	66.8	206,946	33.2
February - Février	603,808	100.0	400,059	66.3	203,749	33.7
March - Mars	787,544	100.0	517,493	65.7	270,051	34.3
April - Avril	775,226	100.0	496,409	64.0	278,817	36.0
May - Mai	842,133	100.0	524,430	62.3	317,702	37.7
June - Juin	920,150	100.0	578,341	62.9	341,809	37.1
July - Juillet	813,746	100.0	510,481	62.7	303,265	37.3
August - Août	850,885	100.0	528,907	62.2	321,978	37.8
September - Septembre	922,067	100.0	609,641	66.1	312,425	33.9
October - Octobre	922,014	100.0	605,042	65.6	316,972	34.4
November - Novembre	1,138,763	100.0	741,909	65.2	396,854	34.8
December - Décembre	1,731,121	100.0	1,078,633	62.3	652,488	37.7
Year - Année	10,930,478	100.0	7,007,420	64.1	3,923,056	35.9
<b>1984<sup>F</sup>:</b>						
January - Janvier	649,626	100.0	433,177	66.7	216,450	33.3
February - Février	659,594	100.0	426,537	64.7	233,057	35.3
March - Mars	806,999	100.0	529,691	65.6	277,309	34.4
April - Avril	843,022	100.0	522,096	61.9	320,926	38.1
May - Mai	930,389	100.0	577,533	62.1	352,855	37.9
June - Juin	941,728	100.0	584,661	62.1	357,066	37.9
July - Juillet	806,592	100.0	496,195	61.5	310,397	38.5
August - Août	872,423	100.0	530,591	60.8	341,831	39.2
September - Septembre	947,365	100.0	619,430	65.4	327,935	34.6
October - Octobre	957,060	100.0	611,524	63.9	345,536	36.1
November - Novembre	1,254,292	100.0	799,105	63.7	455,187	36.3
December - Décembre	1,715,781	100.0	1,049,201	61.2	666,580	38.8
Year - Année	11,384,871	100.0	7,179,741	63.1	4,205,129	36.9
<b>1985:</b>						
January <sup>F</sup> - Janvier <sup>F</sup>	692,108	100.0	453,711	65.6	238,397	34.4
February - Février	647,065	100.0	409,143	63.2	237,922	36.8
March - Mars	849,077	100.0	537,063	63.3	312,014	36.7
April - Avril						
May - Mai						
June - Juin						
July - Juillet						
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1983-1985  
March

TABLEAU 23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1983-1985  
Mars

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1985/1984
	1983	1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
Province et certaines zones métropolitaines	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	6.0	5.4	5.6	+ 3.7
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	12.1	10.9	11.9	+ 9.2
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	7.9	7.0	7.4	+ 5.7
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	7.4	7.1	7.5	+ 5.6
Québec	6.7	6.4	6.4	-
Ontario	9.1	8.3	8.1	- 2.4
Manitoba	13.6	12.5	11.6	- 7.2
Saskatchewan	7.6	8.0	7.7	- 3.8
Alberta	12.8	12.2	11.4	- 6.6
British Columbia - Colombie-Britannique	14.3	12.8	12.1	- 5.5
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11.3	10.5	...	...
<b>CANADA</b>	<b>9.5</b>	<b>8.8</b>	<b>8.5</b>	<b>- 3.4</b>
Montréal	8.3	7.8	8.0	+ 2.6
Toronto	9.8	9.0	9.0	-
Winnipeg	18.6	17.0	15.6	- 8.2
Vancouver	16.9	14.8	14.2	- 4.1



TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1984 and 1985

Department	1985			1984 <sup>1</sup>				
	January <sup>1</sup>	February	March	March	April	May	June	July
	Janvier <sup>1</sup>	Février	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars							
	milliers de dollars							
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	39,185	43,993	56,955	58,590	60,729	51,198	40,413	55,968
2 Women's and misses' coats and suits	48,419	65,516	68,340	46,918	42,712	28,513	26,471	59,431
3 Women's and misses' sportswear	128,354	150,980	171,399	167,499	181,659	172,112	147,677	155,739
4 Furs	23,715	19,658	14,917	19,483	18,230	22,679	22,198	25,502
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	71,653	67,973	77,245	84,560	95,823	81,845	79,161	90,156
6 Girls' and teenage girls' wear	37,234	51,030	59,132	52,644	46,436	47,237	40,352	53,772
7 Lingerie and women's sleepwear	44,161	42,405	47,653	53,557	61,133	55,541	48,049	49,371
8 Intimate apparel	46,429	41,490	43,624	40,710	42,123	40,238	38,473	37,751
9 Millinery	3,119	3,418	2,548	2,640	3,107	2,794	2,424	2,945
10 Women's and girls' hosiery	37,889	34,836	38,986	39,712	37,777	32,810	29,133	30,118
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	49,934	48,511	53,600	56,534	57,730	50,237	41,822	47,291
12 Women's, misses' and children's footwear	87,816	99,585	121,486	122,586	128,926	104,899	92,464	98,607
13 Men's clothing	124,638	156,531	171,752	166,069	167,382	159,398	137,113	150,094
14 Men's furnishings	143,096	145,075	166,369	159,231	172,454	172,977	140,513	133,222
15 Boys' clothing and furnishings	42,748	45,631	47,836	44,221	44,747	38,344	36,281	51,349
16 Men's and boys' footwear	59,521	57,489	76,236	78,014	90,012	83,054	70,005	73,069
17 Food and kindred products	41,847	35,361	37,872	52,073	45,505	25,906	33,843	32,309
18 Toiletries, cosmetics and drugs	255,555	208,248	225,060	213,115	223,387	194,867	196,312	210,831
19 Photographic equipment and supplies	55,504	44,500	49,665	59,704	64,343	55,047	55,856	56,342
20 Piece goods	17,949	16,873	21,571	31,129	26,987	24,990	24,546	24,526
21 Linens and domestics	128,300	127,853	134,314	140,827	151,307	152,652	143,760	142,578
22 Smallwares and notions	38,175	35,879	37,555	38,625	47,608	43,453	46,057	46,679
23 China and glassware	68,077	74,719	66,029	96,931	97,929	98,860	85,908	92,347
24 Floor coverings	50,742	47,734	49,746	56,879	59,565	56,148	59,150	60,632
25 Draperies, curtains and furniture coverings	70,093	60,655	65,910	78,348	77,473	74,976	70,820	72,673
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	56,372	53,190	57,261	59,069	58,724	50,640	54,488	58,424
27 Furniture	145,059	145,868	149,735	181,491	202,861	179,016	184,226	184,995
28 Major appliances	67,296	72,678	74,982	67,601	71,501	62,719	64,620	65,513
29 Television, radio and music	133,537	128,146	140,488	166,939	169,674	160,260	160,500	156,545
30 Housewares and small electrical appliances	164,939	151,991	157,505	176,987	193,248	183,963	190,313	187,696
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	116,518	120,579	142,450	144,467	144,568	144,887	149,161	137,559
32 Plumbing, heating and building materials	24,231	21,786	31,394	36,577	38,073	27,226	26,519	27,449
33 Jewellery	109,160	96,901	107,128	123,249	129,764	129,109	117,711	124,710
34 Toys and games	112,665	109,764	121,590	89,290	106,405	92,358	90,917	102,536
35 Sporting goods and luggage	113,507	110,606	133,988	127,864	160,382	158,733	137,362	133,043
36 Stationery, books and magazines	135,422	125,423	130,744	134,316	143,880	148,688	140,628	156,284
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	53,925	50,203	53,851	51,614	55,488	53,543	52,141	47,221
38 Meals and lunches	985	539	654	1,441	1,588	532	641	895
39 Repairs and services	5,461	5,566	6,085	5,500	5,566	5,437	5,587	5,629
40 All other departments	58,419	50,976	61,896	72,628	79,466	70,708	64,503	64,053
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,011,649	2,970,159	3,275,551	3,399,632	3,606,272	3,338,594	3,148,118	3,305,854

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984 <sup>2</sup>					Change - Variation		Rayon	N <sup>o</sup>
August	September	October	November	December	March/ February 1985	March 1985/1984		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mars/ février 1985	Mars 1985/1984		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
54,552	54,325	64,109	57,551	45,548	+ 29.5	- 2.8	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
69,865	83,396	88,387	70,525	50,707	+ 4.3	+ 45.7	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
189,720	174,379	195,689	192,828	134,161	+ 13.5	+ 2.3	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
26,370	25,303	35,994	29,500	25,339	- 24.1	- 23.4	Fourrures	4
93,299	85,719	91,718	86,785	80,801	+ 13.6	- 8.7	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
50,212	50,309	56,701	54,375	34,598	+ 15.9	+ 12.3	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
52,703	50,448	66,483	81,616	44,897	+ 12.4	- 11.0	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
39,720	35,693	44,763	49,442	45,665	+ 5.1	+ 7.2	Sous-vêtements	8
4,342	4,276	4,267	6,080	5,211	- 25.5	- 3.5	Chapeaux	9
37,850	33,092	36,982	39,445	36,027	+ 11.9	- 1.8	Bas pour dames et fillettes	10
51,018	54,376	71,298	82,743	55,141	+ 10.5	- 5.2	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
112,635	104,743	111,899	107,316	92,122	+ 22.0	- 0.9	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
156,845	166,401	213,654	222,868	146,065	+ 9.7	+ 3.4	Vêtements pour hommes	13
38,715	40,887	54,604	47,655	35,467	+ 14.7	+ 4.5	Articles d'habillement pour hommes	14
38,715	40,887	54,604	47,655	35,467	+ 4.8	+ 8.2	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
77,227	72,378	84,660	79,040	63,630	+ 32.6	- 2.3	Chaussures pour hommes et garçons	16
27,184	34,765	45,449	51,232	23,221	+ 7.1	- 27.3	Produits alimentaires et connexes	17
202,695	207,561	260,388	284,466	204,522	+ 8.1	+ 5.6	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
54,921	50,689	66,460	58,862	43,806	+ 11.6	- 16.8	Appareils et fournitures photographiques	19
28,082	24,503	29,270	27,108	24,799	+ 27.8	- 30.7	Tissus à la pièce	20
135,577	129,818	138,764	154,748	147,039	+ 5.1	- 4.6	Literie et linge de maison	21
44,671	39,451	44,535	41,168	46,044	+ 4.7	- 2.8	Menus articles	22
92,925	83,388	91,822	97,373	93,193	- 11.6	- 31.9	Porcelaine et verrerie	23
59,094	54,461	54,344	49,781	54,776	+ 4.2	- 12.5	Revêtements de plancher	24
72,848	72,866	75,403	76,311	73,250	+ 8.7	- 15.9	Tentures, rideaux et housses	25
56,377	65,919	75,621	75,656	53,262	+ 7.7	- 3.1	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
164,184	162,420	179,951	151,221	179,768	+ 2.7	- 17.5	Meubles	27
61,663	61,703	78,446	80,775	74,426	+ 3.2	+ 10.9	Gros appareils ménagers	28
157,612	146,567	172,697	181,676	149,533	+ 9.6	- 15.8	Télévision, radio et musique	29
192,066	173,568	180,228	200,634	146,834	+ 3.6	- 11.0	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
143,973	127,890	146,733	138,855	130,912	+ 18.1	- 1.4	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
27,644	27,500	29,249	28,862	33,964	+ 44.1	- 14.2	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
122,027	115,670	141,229	149,624	109,540	+ 10.6	- 13.1	Bijouterie	33
108,873	126,251	151,085	181,040	104,574	+ 10.8	+ 36.2	Jouets et jeux	34
128,045	129,385	165,201	153,366	126,179	+ 21.1	+ 4.8	Articles de sport et valises	35
147,075	151,325	153,559	189,350	132,241	+ 4.2	- 2.7	Papeterie, livres et revues	36
50,572	46,063	49,132	51,924	62,989	+ 7.3	+ 4.3	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
539	458	605	399	166	+ 21.3	- 54.6	Repas et casse-croûtes	38
5,802	5,150	5,593	5,996	5,584	+ 9.3	+ 10.6	Services et travaux de réparation	39
63,803	63,363	93,081	91,309	57,384	+ 21.4	- 14.8	Tous autres rayons	40
3,432,564	3,323,718	3,867,841	3,944,469	3,138,618	+ 10.3	- 3.6	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985(1)

No.	Department	1985			1984 <sup>F</sup>			
		January <sup>F</sup>	February <sup>F</sup>	March <sup>P</sup>	March	April	May	June
		Janvier <sup>F</sup>	Février <sup>F</sup>	Mars <sup>P</sup>	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	45,735	48,351	51,671	53,608	50,100	47,584	47,398
2	Women's and misses' coats and suits	63,109	72,588	74,475	52,113	55,104	49,038	45,424
3	Women's and misses' sportswear	156,229	168,626	166,341	163,096	159,606	159,241	165,104
4	Furs	24,319	23,183	17,339	22,608	21,405	24,917	25,361
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	87,294	81,222	82,007	90,244	86,174	84,066	85,082
6	Girls' and teenage girls' wear	52,472	57,295	56,507	51,027	41,866	45,990	45,915
7	Lingerie and women's sleepwear	52,685	50,921	50,167	56,567	55,573	53,775	54,671
8	Intimate apparel	43,418	43,447	43,797	41,161	40,503	39,581	41,230
9	Millinery	3,225	4,032	3,938	4,101	4,185	3,504	4,036
10	Women's and girls' hosiery	42,233	38,777	39,221	40,098	34,985	32,186	31,311
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	56,562	53,744	52,401	55,579	53,811	52,281	51,738
12	Women's, misses' and children's footwear	104,248	108,220	110,970	112,814	111,086	98,107	96,210
13	Men's clothing	170,022	179,364	174,130	169,799	163,711	166,489	160,430
14	Men's furnishings	171,230	168,225	172,785	166,454	161,908	165,657	160,471
15	Boys' clothing and furnishings	46,768	46,896	48,066	45,110	43,495	42,077	42,239
16	Men's and boys' footwear	68,620	67,613	75,230	77,410	80,132	74,743	74,128
17	Food and kindred products(2)	41,847	35,361	37,872	52,073	45,505	25,906	33,843
18	Toiletries, cosmetics and drugs	234,101	237,087	237,258	226,948	217,162	205,940	211,988
19	Photographic equipment and supplies	56,353	50,418	52,483	64,018	60,342	53,575	57,778
20	Piece goods	21,035	19,459	20,214	29,253	26,901	25,164	25,682
21	Linens and domestics	137,967	131,311	134,883	141,682	140,059	138,691	142,561
22	Smallwares and notions	42,947	41,671	42,286	43,510	43,302	40,059	42,826
23	China and glassware	78,341	78,179	69,814	102,027	98,774	96,186	91,383
24	Floor coverings	51,721	50,635	50,039	57,598	58,063	53,747	55,811
25	Draperies, curtains and furniture coverings	69,592	65,138	65,452	78,307	73,198	73,413	72,644
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	62,811	60,024	58,883	61,090	58,228	48,746	55,758
27	Furniture	157,052	161,100	151,786	184,432	179,858	165,635	184,509
28	Major appliances	67,686	69,887	72,448	65,834	67,656	63,702	68,942
29	Television, radio and music	144,051	143,799	142,544	170,014	162,095	158,961	160,992
30	Housewares and small electrical appliances	166,519	166,956	169,251	190,639	180,662	181,934	187,389
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	133,304	136,677	139,898	143,698	138,034	134,491	139,038
32	Plumbing, heating and building materials	25,569	24,710	30,355	36,090	33,677	27,997	29,649
33	Jewellery	113,695	107,558	110,233	126,835	123,211	126,112	123,894
34	Toys and games	134,627	140,955	145,149	107,418	105,814	105,317	107,435
35	Sporting goods and luggage	140,751	136,655	142,078	136,221	137,191	138,495	135,355
36	Stationery, books and magazines	151,387	151,372	154,393	158,918	141,451	142,105	139,597
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	56,066	55,617	57,685	55,786	52,396	51,873	54,951
38	Meals and lunches(2)	985	539	654	1,441	1,588	532	641
39	Repairs and services	5,549	5,890	6,107	5,664	5,476	5,616	5,592
40	All other departments	72,147	64,799	62,699	73,475	67,553	66,144	67,069
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,014,739	2,971,223	3,278,904	3,404,114	3,609,403	3,336,505	3,148,321

(1) The sum of the components may not equal to the total due to rounding.

(2) Due to the absence of seasonality, the seasonally adjusted data are equal to the unadjusted data.

TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1984 et 1985(1)

1984 <sup>2</sup>						Change - Variation		
July	August	September	October	November	December	March/ February 1985	Rayon	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mars/ février 1985		
Thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
								N <sup>o</sup>
57,360	59,303	58,302	55,305	51,519	51,690	+ 6.9	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
52,364	55,865	55,365	57,820	57,334	60,646	+ 2.6	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
163,481	185,800	174,624	170,026	164,708	158,595	- 1.4	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
28,012	26,237	22,097	26,924	24,465	23,765	- 25.2	Fourrures	4
77,030	91,267	85,017	78,067	83,123	84,064	+ 1.0	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
44,595	47,761	47,160	49,206	48,746	45,973	- 1.4	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
54,514	54,728	53,202	52,728	56,677	52,756	- 1.5	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
39,875	41,838	42,224	42,421	43,037	43,629	+ 0.8	Sous-vêtements	8
3,990	5,044	4,212	3,174	3,272	3,300	- 2.3	Chapeaux	9
31,065	34,683	34,364	33,845	35,030	38,213	+ 1.1	Bas pour dames et fillettes	10
53,336	54,592	55,964	55,499	59,415	62,089	- 2.5	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
101,254	112,744	107,702	103,100	105,768	101,735	+ 2.5	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
162,198	194,243	177,808	177,252	175,846	171,862	- 2.9	Vêtements pour hommes	13
139,057	158,454	160,717	164,786	176,792	179,390	+ 2.7	Articles d'habillement pour hommes	14
41,011	42,384	41,557	43,428	43,446	43,266	+ 2.5	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
73,579	76,511	76,697	73,421	72,821	70,339	+ 11.3	Chaussures pour hommes et garçons	16
32,309	27,184	34,765	45,449	51,232	23,221	+ 7.1	Produits alimentaires et connexes(2)	17
216,819	217,873	227,709	220,511	227,475	218,036	+ 0.1	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
55,837	55,948	54,870	53,988	52,736	50,988	+ 4.1	Appareils et fournitures photographiques	19
24,508	26,288	26,183	25,550	25,786	23,485	+ 3.9	Tissus à la pièce	20
144,183	144,914	149,824	142,174	143,742	138,795	+ 2.7	Literie et linge de maison	21
42,534	43,390	42,479	43,407	42,959	43,526	+ 1.5	Menus articles	22
94,004	91,602	89,988	86,530	86,667	80,556	- 10.7	Porcelaine et verrerie	23
58,026	58,053	61,841	54,694	53,537	50,665	- 1.2	Revêtements de plancher	24
73,219	74,956	78,068	72,640	75,034	70,318	+ 0.5	Tentures, rideaux et housses	25
58,215	54,681	67,184	63,752	66,364	60,650	- 1.9	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
184,422	176,570	180,083	174,170	158,399	157,244	- 5.8	Meubles	27
69,078	68,011	69,280	79,508	72,780	66,992	+ 3.7	Gros appareils ménagers	28
161,247	161,355	161,211	156,062	156,073	148,043	- 0.9	Télévision, radio et musique	29
187,505	192,938	181,122	172,777	171,629	162,725	+ 1.4	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
133,051	140,158	139,001	138,168	137,637	133,263	+ 2.4	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
29,057	29,418	29,381	29,148	27,405	26,876	+ 22.8	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
127,508	126,294	127,368	125,262	121,914	118,413	+ 2.5	Bijouterie	33
111,768	104,869	103,383	96,097	132,107	150,202	+ 3.0	Jouets et jeux	34
135,186	139,765	135,992	134,860	136,746	138,495	+ 4.0	Articles de sport et valises	35
140,492	141,121	150,796	135,802	156,139	155,668	+ 2.0	Papeterie, livres et revues	36
49,789	51,420	48,212	45,518	50,299	54,114	+ 3.7	Esence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
895	539	458	605	399	166	+ 21.3	Repas et casse-croûtes(2)	38
5,567	5,655	5,268	5,427	5,607	5,604	+ 3.7	Services et travaux de réparation	39
67,184	68,485	67,308	74,441	71,360	66,685	- 3.2	Tous autres rayons	40
3,304,166	3,426,188	3,318,584	3,872,326	3,955,109	3,132,328	+ 10.4	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) La somme des composantes peut ne pas être égale au total en raison de l'arrondissement.

(2) Puisqu'il y a absence de saisonnalité, les données désaisonnalisées sont par conséquent égales aux données non désaisonnalisées.

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985			1984 <sup>1</sup>			
		January	February	March	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4.42	4.38	3.60	4.29	3.60	2.65	2.03
2	Women's and misses' coats and suits	3.68	5.41	3.23	2.56	2.54	2.70	3.40
3	Women's and misses' sportswear	3.87	3.97	3.09	3.42	3.60	2.85	2.31
4	Furs	4.63	5.55	8.75	9.50	26.01	45.82	46.05
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.90	3.72	3.34	3.88	3.72	3.87	3.37
6	Girls' and teenage girls' wear	4.24	5.25	3.15	3.37	2.93	3.02	2.58
7	Lingerie and women's sleepwear	3.73	3.51	3.08	3.48	3.85	2.87	2.52
8	Intimate apparel	5.12	5.23	3.86	3.80	3.96	3.58	3.18
9	Millinery	2.00	3.20	2.16	2.32	2.09	2.22	1.96
10	Women's and girls' hosiery	4.43	4.59	3.61	3.65	3.41	2.98	3.15
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.90	5.28	3.90	4.52	4.14	3.24	3.07
12	Women's, misses' and children's footwear	5.71	6.98	4.87	5.46	4.66	4.07	3.67
13	Men's clothing	5.32	6.79	4.78	5.09	4.99	4.60	3.29
14	Men's furnishings	5.44	5.51	4.25	4.27	4.54	4.22	2.42
15	Boys' clothing and furnishings	5.53	6.19	3.82	4.10	3.38	3.28	2.99
16	Men's and boys' footwear	5.57	6.26	4.76	5.49	4.96	5.26	3.72
17	Food and kindred products	0.81	0.57	0.67	1.00	0.77	0.40	0.62
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.78	4.75	4.47	4.53	5.08	3.99	4.30
19	Photographic equipment and supplies	6.38	6.23	5.38	6.16	6.69	4.87	4.09
20	Piece goods	6.39	5.39	5.20	7.01	7.48	6.16	6.89
21	Linens and domestics	4.09	7.07	5.45	6.26	6.84	5.49	5.04
22	Smallwares and notions	4.12	4.86	4.34	4.77	6.79	6.28	7.17
23	China and glassware	9.44	9.47	6.51	9.71	11.57	7.60	8.48
24	Floor coverings	5.73	5.22	4.25	4.54	4.81	4.72	5.25
25	Draperies, curtains and furniture coverings	7.08	6.21	4.91	5.50	5.08	4.50	4.46
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	10.12	11.11	8.94	8.27	8.21	6.71	8.16
27	Furniture	3.40	4.43	3.31	4.29	4.86	3.47	3.69
28	Major appliances	1.69	2.25	1.79	1.64	1.81	1.41	1.27
29	Television, radio and music	4.07	4.40	3.73	4.25	5.15	4.81	4.98
30	Housewares and small electrical appliances	6.46	5.83	6.05	6.83	6.72	5.50	5.44
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.58	7.28	6.31	6.51	5.49	3.81	4.20
32	Plumbing, heating and building materials	3.52	3.78	4.29	4.04	3.39	2.17	1.82
33	Jewellery	10.08	7.86	5.89	7.50	7.74	6.16	6.13
34	Toys and games	8.98	8.41	6.44	5.46	6.08	5.04	5.32
35	Sporting goods and luggage	6.02	6.86	6.60	6.55	6.18	5.00	4.01
36	Stationery, books and magazines	6.12	5.86	5.29	5.60	6.12	5.53	5.50
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	4.53	5.00	4.66	3.33	3.21	2.99	2.93
38	Meals and lunch	0.15	0.03	0.03	0.07	0.08	0.03	0.03
39	Repairs and services	0.50	0.61	0.53	0.54	0.58	0.52	0.51
40	All other departments	2.36	2.33	2.12	2.69	2.42	1.67	1.68
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.20	4.47	3.77	4.13	4.22	3.52	3.28



TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984 <sup>F</sup>						Rayon	N <sup>O</sup>
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
3.85	3.28	3.49	3.99	3.37	2.00	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
8.36	4.42	3.98	3.32	2.50	2.19	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
3.40	3.72	2.65	3.48	3.00	1.72	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
22.18	14.76	7.30	6.50	3.24	3.24	Fourrures	4
4.76	3.42	3.31	3.42	2.99	2.19	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4.51	1.91	2.63	3.72	2.42	1.46	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
3.09	3.39	2.85	3.59	2.75	0.92	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.71	3.76	3.01	4.50	4.27	3.01	Sous-vêtements	8
2.59	3.81	2.30	1.57	1.42	1.30	Chapeaux	9
4.65	4.71	2.64	3.21	3.07	2.22	Bas pour dames et fillettes	10
4.72	4.48	3.19	3.99	2.88	1.34	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
5.45	4.57	3.29	3.74	3.11	2.86	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
5.90	7.00	4.35	5.23	3.45	2.02	Vêtements pour hommes	13
3.68	4.53	3.74	5.00	3.09	1.23	Articles d'habillement pour hommes	14
5.23	1.90	3.03	4.19	2.77	1.44	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
5.86	5.24	4.22	5.15	3.51	2.44	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.62	0.45	0.64	0.77	0.65	0.27	Produits alimentaires et connexes	17
4.72	4.36	4.23	5.02	4.17	1.61	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
4.49	4.08	4.28	5.88	3.77	1.48	Appareils et fournitures photographiques	19
7.60	7.31	5.77	6.46	5.76	6.88	Tissus à la pièce	20
4.66	4.53	4.06	4.96	4.56	3.18	Literie et linge de maison	21
6.85	6.31	3.78	4.65	3.87	3.61	Menus articles	22
8.97	9.93	7.11	7.81	4.82	2.50	Porcelaine et verrerie	23
5.19	5.49	4.39	3.84	3.09	4.58	Revêtements de plancher	24
4.73	5.23	4.68	4.79	4.32	4.30	Tentures, rideaux et housses	25
7.78	7.87	7.90	9.10	5.80	2.59	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3.57	4.08	3.63	3.81	3.16	4.16	Meubles	27
1.38	1.42	1.32	1.66	1.55	1.36	Gros appareils ménagers	28
4.42	4.24	2.75	3.78	3.14	1.68	Télévision, radio et musique	29
5.78	5.82	5.44	5.01	4.23	1.82	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
5.07	5.82	5.76	5.54	4.69	3.69	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
2.45	2.82	2.94	2.83	2.71	2.97	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
7.69	7.20	5.56	7.85	5.01	1.62	Bijouterie	33
5.74	6.10	6.15	4.77	2.92	1.14	Jouets et jeux	34
4.55	5.31	6.23	8.65	5.48	2.64	Articles de sport et valises	35
6.71	4.34	4.70	6.21	4.34	1.78	Papeterie, livres et revues	36
3.18	2.90	3.37	2.50	2.48	2.88	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
0.04	0.03	0.02	0.03	0.02	0.01	Repas et casse-croûtes	38
0.60	0.60	0.51	0.46	0.38	0.41	Services et travaux de réparation	39
2.12	2.29	2.21	2.92	2.49	1.00	Tous autres rayons	40
3.97	3.82	3.42	3.97	3.10	1.80	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985			1984 <sup>F</sup>			
		January <sup>T</sup>	February	March	March	April	May	June
		Janvier <sup>T</sup>	Février	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.21	0.24	0.31	0.25	0.28	0.35	0.43
2	Women's and misses' coats and suits	0.27	0.21	0.32	0.42	0.38	0.30	0.28
3	Women's and misses' sportswear	0.25	0.27	0.34	0.31	0.29	0.34	0.40
4	Furs	0.21	0.16	0.10	0.11	0.04	0.02	0.02
5	Infants' and children's wear and nursery	0.24	0.26	0.32	0.27	0.29	0.24	0.29
6	Girls' and teenage girls' wear	0.24	0.22	0.34	0.33	0.32	0.33	0.36
7	Lingerie and women's sleepwear	0.27	0.28	0.34	0.30	0.28	0.33	0.37
8	Intimate apparel	0.20	0.18	0.27	0.26	0.26	0.27	0.31
9	Millinery	0.37	0.33	0.40	0.39	0.52	0.43	0.47
10	Women's and girls' hosiery	0.23	0.21	0.29	0.29	0.29	0.31	0.30
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.19	0.19	0.27	0.23	0.24	0.29	0.30
12	Women's, misses' and children's footwear	0.17	0.15	0.23	0.19	0.22	0.22	0.26
13	Men's clothing	0.16	0.16	0.22	0.21	0.20	0.21	0.28
14	Men's furnishings	0.18	0.18	0.25	0.24	0.23	0.24	0.37
15	Boys' clothing and furnishings	0.20	0.17	0.27	0.26	0.30	0.28	0.32
16	Men's and boys' footwear	0.17	0.16	0.24	0.18	0.22	0.18	0.25
17	Food and kindred products	1.60	1.60	1.53	1.05	1.21	1.81	1.83
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.19	0.19	0.23	0.23	0.20	0.23	0.23
19	Photographic equipment and supplies	0.18	0.14	0.20	0.16	0.16	0.19	0.25
20	Piece goods	0.13	0.18	0.22	0.15	0.12	0.16	0.14
21	Linens and domestics	0.23	0.14	0.19	0.16	0.15	0.18	0.19
22	Smallwares and notions	0.22	0.20	0.24	0.21	0.16	0.15	0.14
23	China and glassware	0.09	0.11	0.14	0.10	0.09	0.13	0.11
24	Floor coverings	0.17	0.19	0.24	0.22	0.21	0.21	0.20
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.14	0.15	0.21	0.19	0.20	0.22	0.22
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.10	0.09	0.12	0.12	0.12	0.14	0.13
27	Furniture	0.26	0.23	0.31	0.26	0.22	0.27	0.27
28	Major appliances	0.56	0.46	0.57	0.58	0.57	0.66	0.80
29	Television, radio and music	0.23	0.22	0.28	0.24	0.20	0.20	0.20
30	Housewares and small electrical appliances	0.16	0.16	0.17	0.14	0.16	0.18	0.19
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.17	0.14	0.17	0.16	0.18	0.26	0.24
32	Plumbing, heating and building materials	0.24	0.25	0.28	0.25	0.30	0.38	0.54
33	Jewellery	0.10	0.12	0.18	0.14	0.13	0.16	0.16
34	Toys and games	0.12	0.12	0.16	0.19	0.18	0.18	0.19
35	Sporting goods and luggage	0.16	0.14	0.17	0.16	0.18	0.20	0.23
36	Stationery, books and magazines	0.17	0.16	0.19	0.19	0.17	0.18	0.18
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.20	0.19	0.22	0.31	0.32	0.33	0.34
38	Meals and lunches	33.66	23.12	36.66	15.74	13.45	19.82	36.40
39	Repairs and services	1.97	1.65	1.99	1.80	1.73	1.90	1.97
40	All other departments	0.43	0.40	0.52	0.41	0.43	0.56	0.57
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.23	0.22	0.27	0.25	0.24	0.27	0.29

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984 <sup>r</sup>						Rayon	N°
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
0.30	0.30	0.29	0.27	0.28	0.44	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
0.17	0.24	0.27	0.31	0.36	0.38	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.30	0.30	0.36	0.30	0.33	0.48	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
0.05	0.07	0.13	0.18	0.28	0.28	Fourrures	4
0.22	0.30	0.29	0.30	0.33	0.44	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.25	0.51	0.38	0.28	0.40	0.53	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.33	0.30	0.34	0.32	0.40	0.77	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.27	0.27	0.31	0.25	0.25	0.32	Sous-vêtements	8
0.42	0.31	0.43	0.64	0.83	0.71	Chapeaux	9
0.22	0.24	0.35	0.33	0.34	0.43	Bas pour dames et fillettes	10
0.23	0.23	0.32	0.28	0.37	0.60	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.19	0.23	0.29	0.28	0.31	0.32	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.18	0.17	0.21	0.21	0.29	0.43	Vêtements pour hommes	13
0.26	0.24	0.27	0.23	0.33	0.64	Articles d'habillement pour hommes	14
0.22	0.45	0.34	0.27	0.34	0.59	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.17	0.20	0.23	0.21	0.28	0.37	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.57	2.02	1.74	1.47	1.64	2.34	Produits alimentaires et connexes	17
0.22	0.22	0.24	0.22	0.25	0.52	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
0.22	0.24	0.22	0.19	0.25	0.58	Appareils et fournitures photographiques	19
0.13	0.15	0.16	0.17	0.17	0.14	Tissus à la pièce	20
0.21	0.22	0.24	0.21	0.23	0.31	Literie et linge de maison	21
0.15	0.16	0.25	0.23	0.25	0.29	Menus articles	22
0.12	0.10	0.13	0.13	0.21	0.39	Porcelaine et verrerie	23
0.20	0.18	0.22	0.26	0.31	0.23	Revêtements de plancher	24
0.21	0.19	0.21	0.21	0.23	0.23	Tentures, rideaux et housses	25
0.13	0.12	0.14	0.12	0.17	0.32	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.28	0.23	0.27	0.28	0.29	0.26	Meubles	27
0.73	0.68	0.76	0.67	0.65	0.71	Gros appareils ménagers	28
0.22	0.24	0.35	0.29	0.33	0.54	Télévision, radio et musique	29
0.17	0.17	0.17	0.20	0.25	0.46	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
0.19	0.18	0.16	0.19	0.21	0.26	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.42	0.36	0.34	0.36	0.37	0.36	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
0.13	0.14	0.17	0.14	0.21	0.52	Bijouterie	33
0.18	0.17	0.17	0.23	0.37	0.64	Jouets et jeux	34
0.22	0.18	0.16	0.13	0.18	0.34	Articles de sport et valises	35
0.16	0.22	0.22	0.16	0.25	0.46	Papeterie, livres et revues	36
0.30	0.36	0.28	0.41	0.41	0.38	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
26.13	30.04	41.68	41.30	52.12	115.53	Repas et casse-croûtes	38
1.68	1.71	1.83	2.25	2.74	2.36	Services et travaux de réparation	39
0.47	0.44	0.45	0.41	0.40	0.77	Tous autres rayons	40
0.25	0.26	0.28	0.27	0.32	0.48	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1983-1985

TABLEAU 28. Montants à recevoir(1), non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985

Month	1983	1984 <sup>F</sup>	1985	Change from previous month	Change 1985/1984
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1985/1984
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,666,708	1,808,015	1,989,953 <sup>F</sup>	- 7.6 <sup>F</sup>	+ 10.1 <sup>F</sup>
February - Février	1,598,345	1,714,843	1,898,511 <sup>F</sup>	- 4.6 <sup>F</sup>	+ 10.7 <sup>F</sup>
March - Mars	1,565,461	1,695,173	1,884,093	- 0.8	+ 11.1
April - Avril	1,582,875	1,709,386			
May - Mai	1,591,140	1,708,247			
June - Juin	1,585,200	1,719,376			
July - Juillet	1,553,254	1,695,008			
August - Août	1,542,394	1,689,630			
September - Septembre	1,591,826	1,746,901			
October - Octobre	1,631,976	1,799,732			
November - Novembre	1,702,704	1,892,038			
December - Décembre	1,887,032	2,152,727			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

TABLEAU 29. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985

Month	1983 <sup>F</sup>	1984 <sup>F</sup>	1985	Change from previous month	Change 1985/1984
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1985/1984
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,582.0	1,716.0	1,888.0 <sup>F</sup>	- 0.6 <sup>F</sup>	+ 10.0 <sup>F</sup>
February - Février	1,601.0	1,658.0	1,902.0 <sup>F</sup>	+ 0.7	+ 14.7 <sup>F</sup>
March - Mars	1,591.0	1,721.0	1,911.0 <sup>P</sup>	+ 0.5 <sup>P</sup>	+ 11.0 <sup>P</sup>
April - Avril	1,607.0	1,733.0			
May - Mai	1,623.0	1,741.0			
June - Juin	1,631.0	1,766.0			
July - Juillet	1,632.0	1,779.0			
August - Août	1,631.0	1,789.0			
September - Septembre	1,638.0	1,801.0			
October - Octobre	1,653.0	1,825.0			
November - Novembre	1,661.0	1,848.0			
December - Décembre	1,665.0	1,900.0			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Department Store Sales and  
Stocks, MCD, Seasonal  
and Trading Day Factors

Ventes et stocks des grands  
magasins MDC et coefficients de  
corrections des variations  
saisonnnières et des jours  
commerciaux



TABLE 30. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1985

Department		Sales - Combined Seasonal and Trading Day Factors			
		Ventes - Coefficients combinés de correction des variations saisonnières et des jours commerciaux			
		MCD in March	February <sup>r</sup>	March <sup>p</sup>	April(1)
No.		MDC en Mars	Février <sup>r</sup>	Mars <sup>p</sup>	Avril(1)
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	63.65	88.16	110.40
2	Women's and misses' coats and suits	8	71.71	105.88	101.40
3	Women's and misses' sportswear	4	67.97	94.37	98.92
4	Furs	12	113.77	66.87	25.41
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	70.38	88.28	101.53
6	Girls' and teenage girls' wear	5	61.82	96.17	100.59
7	Lingerie and women's sleepwear	4	61.07	74.79	83.09
8	Intimate apparel	4	70.85	96.31	100.87
9	Millinery	8	55.77	60.65	73.64
10	Women's and girls' hosiery	4	71.98	96.20	105.04
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	53.19	76.99	87.81
12	Women's, misses' and children's footwear	5	56.00	92.81	110.11
13	Men's clothing	4	58.16	88.77	91.36
14	Men's furnishings	5	53.89	73.97	78.69
15	Boys' clothing and furnishings	6	53.22	85.37	100.78
16	Men's and boys' footwear	6	57.44	88.85	107.44
17	Food and kindred products	4	98.82	89.02	101.43
18	Toiletries, cosmetics and drugs	2	75.43	86.02	87.28
19	Photographic equipment and supplies	4	59.93	73.93	75.50
20	Piece goods	6	84.29	108.02	97.31
21	Linens and domestics	3	58.67	77.26	81.24
22	Smallwares and notions	4	82.78	92.83	87.20
23	China and glassware	4	62.25	76.64	70.80
24	Floor coverings	6	78.63	98.79	102.06
25	Draperies, curtains and furniture coverings	4	68.71	92.86	104.54
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	60.74	79.04	79.15
27	Furniture	5	73.15	94.81	93.59
28	Major appliances	5	71.09	89.53	89.48
29	Television, radio and music	5	68.63	88.11	78.13
30	Housewares and small electrical appliances	3	72.63	70.56	82.57
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	62.51	80.29	99.01
32	Plumbing, heating and building materials	6	65.45	77.86	106.95
33	Jewellery	3	53.68	73.15	76.76
34	Toys and games	4	43.12	59.12	65.36
35	Sporting goods and luggage	3	57.15	73.07	101.17
36	Stationery, books and magazines	4	68.74	76.13	77.02
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	69.31	81.45	99.26
38	Meals and lunches	3	80.06	96.13	92.94
39	Repairs and services	6	81.44	97.35	95.52
40	All other departments	5	65.27	83.63	103.22
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	67.53	84.84	85.16

(1) Seasonal and trading day factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the appendix IV (on page 73).

(2) Seasonal factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the appendix IV (on page 73).

**TABLEAU 30. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1985**

Stocks - Seasonal Factors

Stocks - Coefficients de correction des variations saisonnières

				Rayon	No
MCD in March	February <sup>1</sup>	March <sup>2</sup>	April(2)		
MDC en Mars	Février <sup>1</sup>	Mars <sup>2</sup>	Avril(2)		
3	91.80	110.23	121.09	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
4	91.06	91.76	77.24	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
3	90.33	103.04	112.93	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
5	85.55	86.03	84.90	Fourrures	4
4	84.44	94.19	111.20	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4	89.86	104.65	110.40	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
4	84.02	94.99	109.62	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3	96.35	99.61	103.93	Sous-vêtements	8
5	85.53	64.70	73.16	Chapeaux	9
4	90.64	99.40	107.44	Bas pour dames et fillettes	10
3	91.07	102.29	106.68	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
3	92.84	109.48	115.98	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
4	88.05	98.63	101.90	Vêtements pour hommes	13
3	87.01	96.29	105.99	Articles d'habillement pour hommes	14
4	98.17	99.52	102.61	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
4	85.79	101.34	112.17	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	...	...	...	Produits alimentaires et connexes	17
4	88.62	94.86	102.61	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
4	89.05	94.63	106.66	Appareils et fournitures photographiques	19
4	87.48	106.71	99.46	Tissus à la pièce	20
3	98.24	99.58	107.73	Literie et linge de maison	21
4	86.87	88.81	109.72	Menus articles	22
3	96.43	94.58	98.90	Porcelaine et verrerie	23
3	95.11	99.41	102.66	Revêtements de plancher	24
3	93.95	100.70	105.45	Tentures, rideaux et housses	25
4	89.41	97.25	100.66	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3	91.35	98.65	112.85	Meubles	27
4	104.92	103.50	105.22	Gros appareils ménagers	28
3	89.91	98.56	104.32	Télévision, radio et musique	29
3	91.85	93.06	106.55	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
4	89.01	101.82	104.16	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
5	88.95	103.42	112.93	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
3	90.90	97.18	104.96	Bijouterie	33
4	78.57	83.77	100.43	Jouets et jeux	34
4	81.66	94.31	116.52	Articles de sport et valises	35
3	83.60	84.68	101.58	Papeterie, livres et revues	36
5	91.07	93.35	105.81	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...	...	...	...	Repas et casse-croûtes	38
6	95.34	99.64	101.58	Services et travaux de réparation	39
5	79.37	98.72	117.62	Tous autres rayons	40
<b>3</b>	<b>88.73</b>	<b>97.19</b>	<b>106.48</b>	<b>TOTAL, TOUS RAYONS</b>	<b>41</b>

(1) Prévision des coefficients combinés de correction des variations saisonnières et des jours commerciaux. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV (à la page 73).

(2) Prévision des coefficients combinés de correction des variations saisonnières. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV (à la page 73).



Department Store Sales and  
Stocks

Revised Estimates, 1984

Ventes et stocks des grands magasins

Estimations révisées, 1984

TABLE 31. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, Revised, 1984

No.	Department	1984					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars					
		milliers de dollars					
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,372	10,410	13,670	16,850	19,346	19,897
2	Women's and misses' coats and suits	12,735	14,381	18,295	16,834	10,555	7,796
3	Women's and misses' sportswear	31,893	37,353	49,000	50,434	60,318	63,868
4	Furs	5,214	2,565	2,050	701	495	482
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	17,579	17,329	21,814	25,788	21,139	23,522
6	Girls' and teenage girls' wear	7,724	10,659	15,641	15,842	15,655	15,651
7	Lingerie and women's sleepwear	11,139	12,596	15,402	15,886	19,366	19,095
8	Intimate apparel	8,252	8,144	10,715	10,625	11,251	12,097
9	Millinery	1,338	1,004	1,138	1,488	1,253	1,237
10	Women's and girls' hosiery	8,287	8,258	10,873	11,078	10,996	9,261
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	9,044	8,796	12,514	13,933	15,487	13,612
12	Women's, misses' and children's footwear	14,240	15,303	22,440	27,652	25,755	25,188
13	Men's clothing	21,622	22,993	32,629	33,537	34,627	41,712
14	Men's furnishings	24,839	26,587	37,254	38,004	40,994	58,045
15	Boys' clothing and furnishings	7,157	7,783	10,781	13,241	11,684	12,123
16	Men's and boys' footwear	9,180	9,879	14,207	18,153	15,798	18,794
17	Food and kindred products	48,583	59,483	51,958	59,159	64,695	54,753
18	Toiletries, cosmetics and drugs	39,406	40,809	47,085	43,965	48,821	45,701
19	Photographic equipment and supplies	9,374	8,783	9,690	9,614	11,310	13,650
20	Piece goods	3,662	3,709	4,442	3,606	4,057	3,560
21	Linens and domestics	29,015	16,299	22,493	22,107	27,815	28,514
22	Smallwares and notions	8,731	6,675	8,095	7,015	6,918	6,427
23	China and glassware	6,335	8,528	9,987	8,461	13,001	10,133
24	Floor coverings	9,795	9,707	12,519	12,379	11,903	11,259
25	Draperies, curtains and furniture coverings	10,217	11,327	14,239	15,244	16,665	15,895
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,129	5,824	7,143	7,154	7,543	6,680
27	Furniture	38,040	33,644	42,317	41,755	51,643	49,941
28	Major appliances	37,247	33,133	41,318	39,491	44,333	50,927
29	Television, radio and music	33,142	30,923	39,265	32,935	33,327	32,232
30	Housewares and small electrical appliances	23,459	28,573	25,913	28,742	33,438	35,006
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	16,341	16,423	22,200	26,333	38,045	35,478
32	Plumbing, heating and building materials	8,002	7,707	9,052	11,222	12,537	14,608
33	Jewellery	10,262	12,369	16,440	16,775	20,956	19,203
34	Toys and games	10,185	12,525	16,366	17,515	18,342	17,077
35	Sporting goods and luggage	17,119	14,357	19,511	25,963	31,750	34,266
36	Stationery, books and magazines	20,217	22,204	24,003	23,496	26,898	25,563
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	14,713	14,255	15,493	17,299	17,891	17,780
38	Meals and lunches	19,191	18,299	21,872	20,367	21,007	21,351
39	Repairs and services	8,771	8,464	10,195	9,553	10,430	10,862
40	All other departments	23,075	21,534	26,980	32,826	42,342	38,482
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	649,626	659,594	806,999	843,022	930,389	941,728



TABLEAU 31. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, révisées, 1984

1984						Total	Rayon	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
thousands of dollars								
milliers de dollars								
14,527	16,610	15,545	16,077	17,081	22,831	191,216	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
7,107	15,796	20,934	26,631	28,221	23,182	202,467	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
45,814	51,007	65,785	56,248	64,239	78,205	654,164	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
1,150	1,786	3,464	5,537	9,114	7,811	40,369	Fourrures	4
18,921	27,253	25,928	26,838	29,012	36,901	292,024	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
11,910	26,247	19,159	15,231	22,441	23,697	199,857	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
15,964	15,531	17,723	18,511	29,712	48,995	239,920	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
10,175	10,574	11,857	9,940	11,570	15,153	130,353	Sous-vêtements	8
1,136	1,140	1,855	2,716	4,273	4,013	22,594	Chapeaux	9
6,474	8,038	12,557	11,538	12,862	16,253	126,475	Bas pour dames et fillettes	10
10,029	11,396	17,064	17,847	28,737	41,120	199,579	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
18,077	24,640	31,867	29,925	34,475	32,200	301,762	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
25,454	32,728	43,011	41,679	62,353	81,772	474,117	Vêtements pour hommes	13
36,207	34,659	44,443	42,759	72,134	118,770	574,695	Articles d'habillement pour hommes	14
9,824	20,360	13,500	13,041	17,219	24,605	161,318	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
12,464	14,726	17,150	16,448	22,534	26,104	195,437	Chaussures pour hommes et garçons	16
51,819	60,156	54,011	59,062	79,422	86,944	730,045	Produits alimentaires et connexes	17
44,666	46,450	49,117	51,859	68,184	126,980	653,043	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
12,554	13,457	11,839	11,295	15,599	29,572	156,737	Appareils et fournitures photographiques	19
3,229	3,842	4,249	4,530	4,704	3,605	47,195	Tissus à la pièce	20
30,586	29,930	32,010	27,969	33,925	46,184	346,847	Literie et linge de maison	21
6,819	7,080	10,441	9,572	10,645	12,761	101,179	Menus articles	22
10,291	9,358	11,727	11,760	20,210	37,306	157,097	Porcelaine et verrerie	23
11,682	10,756	12,402	14,153	16,099	11,948	144,602	Revêtements de plancher	24
15,380	13,939	15,563	15,731	17,663	17,044	178,907	Tentures, rideaux et housses	25
7,509	7,168	8,343	8,307	13,047	20,568	105,415	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
51,873	40,197	44,737	47,236	47,918	43,200	532,501	Meubles	27
47,610	43,523	46,869	47,118	52,088	54,816	538,473	Gros appareils ménagers	28
35,416	37,145	53,295	45,651	57,889	89,000	520,220	Télévision, radio et musique	29
32,459	33,028	31,912	35,955	47,449	80,759	436,693	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
27,106	24,754	22,203	26,503	29,629	35,435	320,450	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
11,210	9,789	9,339	10,353	10,639	11,442	125,900	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
16,213	16,949	20,787	17,998	29,894	67,633	265,479	Bijouterie	33
17,864	17,840	20,513	31,689	62,080	91,424	333,420	Jouets et jeux	34
29,212	24,133	20,752	19,092	28,011	47,844	312,010	Articles de sport et valises	35
23,305	33,881	32,195	24,710	43,591	74,184	374,247	Papeterie, livres et revues	36
14,861	17,428	13,686	19,614	20,963	21,877	205,860	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
20,066	21,536	20,778	21,952	26,163	32,636	265,218	Repas et casse-croûtes	38
9,421	9,745	10,033	12,098	15,849	13,683	129,104	Services et travaux de réparation	39
30,208	27,848	28,722	31,887	36,654	57,324	397,882	Tous autres rayons	40
806,592	872,423	947,365	957,060	1,254,292	1,715,781	11,384,871	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 32. Total Department Store Monthly Sales, by Province, Revised, 1984

Province	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	thousands of dollars - milliers de dollars					
1 Newfoundland	6,101	7,136	8,610	10,060	11,207	11,345
2 Prince Edward Island	3,732	3,681	4,225	5,160	5,553	6,168
3 Nova Scotia	16,261	18,121	21,953	26,951	27,399	28,025
4 New Brunswick	12,348	13,473	15,743	19,640	21,436	21,275
5 Quebec	120,485	122,314	146,429	162,154	184,124	178,268
6 Ontario	231,162	232,293	282,877	303,082	334,986	348,590
7 Manitoba	32,501	33,099	44,095	45,415	48,292	49,252
8 Saskatchewan	21,100	21,772	27,789	27,420	29,020	29,464
9 Alberta	93,561	95,592	116,483	113,327	124,268	124,800
10 British Columbia	110,629	110,091	136,013	127,668	141,495	141,559
11 Yukon and Northwest Territories	1,745	2,021	2,782	2,145	2,608	2,983
12 CANADA	649,626	659,594	806,999	843,022	930,389	941,728

TABLE 33. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, Revised, 1984

Selected metropolitan areas	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	thousands of dollars - milliers de dollars					
1 Calgary	35,833	35,943	43,968	42,603	47,114	46,703
2 Edmonton	42,899	43,582	53,091	51,473	56,432	56,832
3 Halifax-Dartmouth	9,311	9,973	12,118	14,248	14,739	14,867
4 Hamilton	18,359	17,393	20,342	22,155	24,715	25,922
5 Montreal	73,090	73,123	86,788	94,533	105,975	104,741
6 Ottawa-Hull	27,677	28,387	35,802	37,466	42,693	42,163
7 Quebec City	18,733	16,822	20,466	21,611	27,559	25,779
8 Toronto	91,845	93,675	115,269	121,503	130,168	138,276
9 Vancouver	66,468	65,879	81,021	74,707	82,622	82,772
10 Winnipeg	29,679	29,999	39,979	41,273	43,720	44,397

TABLEAU 32. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, révisées, 1984

July	August	September	October	November	December	Total	Province	Nº
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
thousands of dollars - milliers de dollars								
9,442	11,317	11,141	12,329	16,271	23,157	138,116	Terre-Neuve	1
6,177	6,375	5,490	5,624	7,412	10,707	70,304	Île-du-Prince-Édouard	2
25,131	28,836	28,999	30,813	43,553	61,171	357,213	Nouvelle-Écosse	3
18,421	20,079	20,138	21,328	30,789	40,972	255,642	Nouveau-Brunswick	4
150,887	163,813	176,106	182,239	230,121	311,798	2,128,738	Québec	5
292,171	312,209	341,081	346,765	472,695	652,243	4,150,154	Ontario	6
43,233	45,526	52,448	49,639	65,859	85,871	595,230	Manitoba	7
26,331	27,248	31,473	30,177	41,146	53,485	366,425	Saskatchewan	8
104,897	116,810	127,993	126,976	158,726	218,029	1,521,462	Alberta	9
127,425	137,534	149,146	148,115	184,827	253,420	1,767,922	Colombie-Britannique	10
2,478	2,674	3,350	3,054	2,894	4,928	33,662	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
<b>806,592</b>	<b>872,423</b>	<b>947,365</b>	<b>957,060</b>	<b>1,254,292</b>	<b>1,715,781</b>	<b>11,384,871</b>	<b>CANADA</b>	<b>12</b>

TABLEAU 33. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, révisées, 1984

July	August	September	October	November	December	Total	Certaines zones métropolitaines	Nº
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
thousands of dollars - milliers de dollars								
41,049	43,591	49,079	48,618	60,020	83,892	578,413	Calgary	1
48,855	53,470	57,612	57,446	71,344	96,074	689,110	Edmonton	2
13,030	15,745	16,665	17,572	24,904	32,904	196,076	Halifax-Dartmouth	3
21,566	22,156	24,493	25,892	32,526	50,915	306,434	Hamilton	4
84,768	93,911	106,689	108,137	138,914	190,400	1,261,069	Montréal	5
34,535	38,390	42,719	44,593	56,416	73,494	504,335	Ottawa-Hull	6
23,024	23,843	24,577	25,644	31,863	40,556	300,477	Ville de Québec	7
114,163	119,291	139,209	139,154	188,655	263,715	1,654,923	Toronto	8
72,695	78,140	88,171	87,881	108,850	148,953	1,038,159	Vancouver	9
39,143	41,157	47,664	44,889	59,918	76,858	538,676	Winnipeg	10

TABLE 34. Major Department Store Monthly Sales, by Province, Revised, 1984

Province	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	thousands of dollars - milliers de dollars					
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	5,685	5,750	6,861	8,153	8,116	8,257
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	69,668	70,746	86,606	91,181	103,437	99,753
6 Ontario	145,440	143,196	178,528	182,117	201,192	208,432
7 Manitoba	22,684	21,650	29,989	28,943	30,407	31,344
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	74,649	73,039	89,780	83,758	91,972	93,174
10 British Columbia	92,402	89,678	109,166	100,502	111,637	112,125
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	433,177	426,537	529,691	522,096	577,533	584,661

TABLE 35. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, Revised, 1984

Selected metropolitan areas	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	thousands of dollars - milliers de dollars					
1 Calgary	29,186	28,174	34,908	32,593	35,808	35,852
2 Edmonton	34,722	33,855	41,541	38,634	42,439	43,076
3 Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x
4 Hamilton	13,908	12,833	15,159	15,340	18,110	18,853
5 Montreal	46,678	48,435	58,723	61,340	67,703	65,971
6 Ottawa-Hull	17,460	18,111	23,884	23,107	26,767	25,979
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	67,398	68,810	85,947	87,985	93,328	98,375
9 Vancouver	59,285	57,681	70,084	64,039	70,877	71,257
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x





TABLE 36. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, Revised, 1984

Province No.	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	thousands of dollars - milliers de dollars					
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	10,576	12,372	15,092	18,798	19,283	19,768
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	50,817	51,567	59,823	70,973	80,687	78,515
6 Ontario	85,723	89,097	104,349	120,965	133,794	140,158
7 Manitoba	9,817	11,449	14,106	16,471	17,885	17,907
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	18,912	22,553	26,703	29,569	32,296	31,626
10 British Columbia	18,228	20,414	26,847	27,166	29,857	29,434
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	216,450	233,057	277,309	320,926	352,855	357,066

TABLE 37. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, Revised, 1984

Selected metropolitan areas No.	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	thousands of dollars - milliers de dollars					
1 Calgary	6,674	7,769	9,060	10,010	11,306	10,851
2 Edmonton	8,177	9,727	11,549	12,839	13,993	13,756
3 Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x
4 Hamilton	4,451	4,560	5,183	6,815	6,605	7,069
5 Montreal	26,412	24,687	28,064	33,192	38,271	38,770
6 Ottawa-Hull	10,216	10,276	11,919	14,360	15,926	16,184
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	24,447	24,865	29,323	33,518	36,840	39,902
9 Vancouver	7,183	8,198	10,938	10,668	11,746	11,515
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x

July	August	September	October	November	December	Total	Province	No
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
17,781	19,107	18,126	19,727	27,887	40,544	239,061	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
66,781	73,444	69,526	74,639	94,710	137,969	909,451	Québec	5
118,517	132,066	127,942	132,448	180,480	266,151	1,631,690	Ontario	6
15,641	16,892	15,953	17,126	21,892	31,669	206,808	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
28,449	30,412	30,450	32,447	38,673	57,427	379,517	Alberta	9
28,022	30,382	28,690	29,147	36,706	55,387	360,280	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
<b>310,397</b>	<b>341,831</b>	<b>327,935</b>	<b>345,536</b>	<b>455,187</b>	<b>666,580</b>	<b>4,205,129</b>	<b>CANADA</b>	<b>12</b>

TABLEAU 37. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, révisées, 1984

[illegible]

TABLE 38. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, Revised, 1984

Department	1984					
	January	February	March	April	May	June
No.	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	thousands of dollars					
	milliers de dollars					
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	45,091	50,595	58,590	60,729	51,198	40,413
2 Women's and misses' coats and suits	39,341	40,290	46,918	42,712	28,513	26,471
3 Women's and misses' sportswear	135,092	148,917	167,499	181,659	172,112	147,677
4 Furs	20,564	19,153	19,483	18,230	22,679	22,198
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	69,694	76,836	84,560	95,823	81,845	79,161
6 Girls' and teenage girls' wear	30,150	41,034	52,644	46,436	47,237	40,352
7 Lingerie and women's sleepwear	44,907	47,989	53,557	61,133	55,541	48,049
8 Intimate apparel	43,074	40,895	40,710	42,123	40,238	38,473
9 Millinery	3,472	3,149	2,640	3,107	2,794	2,424
10 Women's and girls' hosiery	32,893	34,297	39,712	37,777	32,810	29,133
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	45,692	50,990	56,534	57,730	50,237	41,822
12 Women's, misses' and children's footwear	98,035	109,984	122,586	128,926	104,899	92,464
13 Men's clothing	121,903	140,976	166,069	167,382	159,398	137,113
14 Men's furnishings	133,143	146,342	159,231	172,454	172,977	140,513
15 Boys' clothing and furnishings	40,594	39,970	44,221	44,747	38,344	36,281
16 Men's and boys' footwear	74,662	75,600	78,014	90,012	83,054	70,005
17 Food and kindred products	44,791	47,166	52,073	45,505	25,906	33,843
18 Toiletries, cosmetics and drugs	233,635	200,001	213,115	223,387	194,867	196,312
19 Photographic equipment and supplies	59,926	58,703	59,704	64,343	55,047	55,856
20 Piece goods	25,357	26,675	31,129	26,987	24,990	24,546
21 Linens and domestics	122,116	148,061	140,827	151,307	152,652	143,760
22 Smallwares and notions	37,494	38,537	38,625	47,608	43,453	46,057
23 China and glassware	87,335	101,115	96,931	97,929	98,860	85,908
24 Floor coverings	55,114	56,267	56,879	59,565	56,148	59,150
25 Draperies, curtains and furniture coverings	70,640	70,639	78,348	77,473	74,976	70,820
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	53,127	56,108	59,069	58,724	50,640	54,488
27 Furniture	164,651	149,758	181,491	202,861	179,016	184,226
28 Major appliances	69,059	75,222	67,601	71,501	62,719	64,620
29 Television, radio and music	156,430	155,986	166,939	169,674	160,260	160,500
30 Housewares and small electrical appliances	193,224	180,892	176,987	193,248	183,963	190,313
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	127,388	133,091	144,467	144,568	144,887	149,161
32 Plumbing, heating and building materials	34,068	34,570	36,577	38,073	27,226	26,519
33 Jewellery	121,062	117,357	123,249	129,764	129,109	117,711
34 Toys and games	89,598	78,663	89,290	106,405	92,358	90,917
35 Sporting goods and luggage	110,824	117,999	127,864	160,382	158,733	137,362
36 Stationery, books and magazines	122,471	120,639	134,316	143,880	148,688	140,628
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	50,878	48,510	51,614	55,488	53,543	52,141
38 Meals and lunches	1,324	1,338	1,441	1,588	532	641
39 Repairs and services	5,897	5,799	5,500	5,566	5,437	5,587
40 All other departments	54,366	57,594	72,628	79,466	70,708	64,503
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,069,082	3,147,707	3,399,632	3,606,272	3,338,594	3,148,118

(1) At selling value.

TABLEAU 38. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, révisées, 1984

1984						Rayon	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
thousands of dollars							
milliers de dollars							
55,968	54,552	54,325	64,109	57,551	45,548	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
59,431	69,865	83,396	88,387	70,525	50,707	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
155,739	189,720	174,379	195,689	192,828	134,161	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
25,502	26,370	25,303	35,994	29,500	25,339	Fourrures	4
90,156	93,299	85,719	91,718	86,785	80,801	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
53,772	50,212	50,309	56,701	54,375	34,598	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
49,371	52,703	50,448	66,483	81,616	44,897	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
37,751	39,720	35,693	44,763	49,442	45,665	Sous-vêtements	8
2,945	4,342	4,276	4,267	6,080	5,211	Chapeaux	9
30,118	37,850	33,092	36,982	39,445	36,027	Bas pour dames et fillettes	10
47,291	51,018	54,376	71,298	82,743	55,141	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
98,607	112,635	104,743	111,899	107,316	92,122	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
150,094	229,239	187,259	217,788	214,964	165,233	Vêtements pour hommes	13
133,222	156,845	166,401	213,654	222,868	146,065	Articles d'habillement pour hommes	14
51,349	38,715	40,887	54,604	47,655	35,467	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
73,069	77,227	72,378	84,660	79,040	63,630	Chaussures pour hommes et garçons	16
32,309	27,184	34,765	45,449	51,232	23,221	Produits alimentaires et connexes	17
210,831	202,695	207,561	260,388	284,466	204,522	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
56,342	54,921	50,689	66,460	58,862	43,806	Appareils et fournitures photographiques	19
24,526	28,082	24,503	29,270	27,108	24,799	Tissus à la pièce	20
142,578	135,577	129,818	138,764	154,748	147,039	Literie et linge de maison	21
46,679	44,671	39,451	44,535	41,168	46,044	Menus articles	22
92,347	92,925	83,388	91,822	97,373	93,193	Porcelaine et verrerie	23
60,632	59,094	54,461	54,344	49,781	54,776	Revêtements de plancher	24
72,673	72,848	72,866	75,403	76,311	73,250	Tentures, rideaux et housses	25
58,424	56,377	65,919	75,621	75,656	53,262	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
184,995	164,184	162,420	179,951	151,221	179,768	Meubles	27
65,513	61,663	61,703	78,446	80,775	74,426	Gros appareils ménagers	28
156,545	157,612	146,567	172,697	181,676	149,533	Télévision, radio et musique	29
187,696	192,066	173,568	180,228	200,634	146,834	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
137,559	143,973	127,890	146,733	138,855	130,912	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
27,449	27,644	27,500	29,249	28,862	33,964	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
124,710	122,027	115,670	141,229	149,624	109,540	Bijouterie	33
102,536	108,873	126,251	151,085	181,040	104,574	Jouets et jeux	34
133,043	128,045	129,385	165,201	153,366	126,179	Articles de sport et valises	35
156,284	147,075	151,325	153,559	189,350	132,241	Papeterie, livres et revues	36
47,221	50,572	46,063	49,132	51,924	62,989	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
895	539	458	605	399	166	Repas et casse-croûtes	38
5,629	5,802	5,150	5,593	5,996	5,584	Services et travaux de réparation	39
64,053	63,803	63,363	93,081	91,309	57,384	Tous autres rayons	40
3,305,854	3,432,564	3,323,718	3,867,841	3,944,469	3,138,618	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 39. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, Revised, 1984

No.	Department	1984					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5.59	4.86	4.29	3.60	2.65	2.03
2	Women's and misses' coats and suits	3.09	2.80	2.56	2.54	2.70	3.40
3	Women's and misses' sportswear	4.24	3.99	3.42	3.60	2.85	2.31
4	Furs	3.94	7.47	9.50	26.01	45.82	46.05
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.96	4.43	3.88	3.72	3.87	3.37
6	Girls' and teenage girls' wear	3.90	3.85	3.37	2.93	3.02	2.58
7	Lingerie and women's sleepwear	4.03	3.81	3.48	3.85	2.87	2.52
8	Intimate apparel	5.22	5.02	3.80	3.96	3.58	3.18
9	Millinery	2.59	3.14	2.32	2.09	2.22	1.96
10	Women's and girls' hosiery	3.97	4.15	3.65	3.41	2.98	3.15
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	5.05	5.80	4.52	4.14	3.24	3.07
12	Women's, misses' and children's footwear	6.88	7.19	5.46	4.66	4.07	3.67
13	Men's clothing	5.64	6.13	5.09	4.99	4.60	3.29
14	Men's furnishings	5.36	5.50	4.27	4.54	4.22	2.42
15	Boys' clothing and furnishings	5.67	5.14	4.10	3.38	3.28	2.99
16	Men's and boys' footwear	8.13	7.65	5.49	4.96	5.26	3.72
17	Food and kindred products	0.92	0.79	1.00	0.77	0.40	0.62
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.93	4.90	4.53	5.08	3.99	4.30
19	Photographic equipment and supplies	6.39	6.68	6.16	6.69	4.87	4.09
20	Piece goods	6.92	7.19	7.01	7.48	6.16	6.89
21	Linens and domestics	4.21	9.08	6.26	6.84	5.49	5.04
22	Smallwares and notions	4.29	5.77	4.77	6.79	6.28	7.17
23	China and glassware	13.79	11.86	9.71	11.57	7.60	8.48
24	Floor coverings	5.63	5.80	4.54	4.81	4.72	5.25
25	Draperies, curtains and furniture coverings	6.91	6.24	5.50	5.08	4.50	4.46
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8.67	9.63	8.27	8.21	6.71	8.16
27	Furniture	4.33	4.45	4.29	4.86	3.47	3.69
28	Major appliances	1.85	2.27	1.64	1.81	1.41	1.27
29	Television, radio and music	4.72	5.04	4.25	5.15	4.81	4.98
30	Housewares and small electrical appliances	8.24	6.33	6.83	6.72	5.50	5.44
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	7.80	8.10	6.51	5.49	3.81	4.20
32	Plumbing, heating and building materials	4.26	4.49	4.04	3.39	2.17	1.82
33	Jewellery	11.80	9.49	7.50	7.74	6.16	6.13
34	Toys and games	8.80	6.28	5.46	6.08	5.04	5.32
35	Sporting goods and luggage	6.47	8.22	6.55	6.18	5.00	4.01
36	Stationery, books and magazines	6.06	5.43	5.60	6.12	5.53	5.50
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	3.46	3.40	3.33	3.21	2.99	2.93
38	Meals and lunches	0.07	0.07	0.07	0.08	0.03	0.03
39	Repairs and services	0.67	0.69	0.54	0.58	0.52	0.51
40	All other departments	2.36	2.67	2.69	2.42	1.67	1.68
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.57	4.65	4.13	4.22	3.52	3.28



TABLEAU 39. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, révisés, 1984

1984						Rayon	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
3.85	3.28	3.49	3.99	3.37	2.00	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
8.36	4.42	3.98	3.32	2.50	2.19	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
3.40	3.72	2.65	3.48	3.00	1.72	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
22.18	14.76	7.30	6.50	3.24	3.24	Fourrures	4
4.76	3.42	3.31	3.42	2.99	2.19	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4.51	1.91	2.63	3.72	2.42	1.46	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
3.09	3.39	2.85	3.59	2.75	0.92	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.71	3.76	3.01	4.50	4.27	3.01	Sous-vêtements	8
2.59	3.81	2.30	1.57	1.42	1.30	Chapeaux	9
4.65	4.71	2.64	3.21	3.07	2.22	Bas pour dames et fillettes	10
4.72	4.48	3.19	3.99	2.88	1.34	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
5.45	4.57	3.29	3.74	3.11	2.86	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
5.90	7.00	4.35	5.23	3.45	2.02	Vêtements pour hommes	13
3.68	4.53	3.74	5.00	3.09	1.23	Articles d'habillement pour hommes	14
5.23	1.90	3.03	4.19	2.77	1.44	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
5.86	5.24	4.22	5.15	3.51	2.44	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.62	0.45	0.64	0.77	0.65	0.27	Produits alimentaires et connexes	17
4.72	4.36	4.23	5.02	4.17	1.61	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
4.49	4.08	4.28	5.88	3.77	1.48	Appareils et fournitures photographiques	19
7.60	7.31	5.77	6.46	5.76	6.88	Tissus à la pièce	20
4.66	4.53	4.06	4.96	4.56	3.18	Literie et linge de maison	21
6.85	6.31	3.78	4.65	3.87	3.61	Menus articles	22
8.97	9.93	7.11	7.81	4.82	2.50	Porcelaine et verrerie	23
5.19	5.49	4.39	3.84	3.09	4.58	Revêtements de plancher	24
4.73	5.23	4.68	4.79	4.32	4.30	Tentures, rideaux et housses	25
7.78	7.87	7.90	9.10	5.80	2.59	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3.57	4.08	3.63	3.81	3.16	4.16	Meubles	27
1.38	1.42	1.32	1.66	1.55	1.36	Gros appareils ménagers	28
4.42	4.24	2.75	3.78	3.14	1.68	Télévision, radio et musique	29
5.78	5.82	5.44	5.01	4.23	1.82	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
5.07	5.82	5.76	5.54	4.69	3.69	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
2.45	2.82	2.94	2.83	2.71	2.97	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
7.69	7.20	5.56	7.85	5.01	1.62	Bijouterie	33
5.74	6.10	6.15	4.77	2.92	1.14	Jouets et jeux	34
4.55	5.31	6.23	8.65	5.48	2.64	Articles de sport et valises	35
6.71	4.34	4.70	6.21	4.34	1.78	Papeterie, livres et revues	36
3.18	2.90	3.37	2.50	2.48	2.88	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
0.04	0.03	0.02	0.03	0.02	0.01	Repas et casse-croûtes	38
0.60	0.60	0.51	0.46	0.38	0.41	Services et travaux de réparation	39
2.12	2.29	2.21	2.92	2.49	1.00	Tous autres rayons	40
3.97	3.82	3.42	3.97	3.10	1.80	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 40. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, Revised, 1984

No.	Department	1984					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.19	0.22	0.25	0.28	0.35	0.43
2	Women's and misses' coats and suits	0.31	0.36	0.42	0.38	0.30	0.28
3	Women's and misses' sportswear	0.23	0.26	0.31	0.29	0.34	0.40
4	Furs	0.24	0.13	0.11	0.04	0.02	0.02
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	0.23	0.24	0.27	0.29	0.24	0.29
6	Girls' and teenage girls' wear	0.24	0.30	0.33	0.32	0.33	0.36
7	Lingerie and women's sleepwear	0.24	0.27	0.30	0.28	0.33	0.37
8	Intimate apparel	0.20	0.19	0.26	0.26	0.27	0.31
9	Millinery	0.32	0.30	0.39	0.52	0.43	0.47
10	Women's and girls' hosiery	0.24	0.25	0.29	0.29	0.31	0.30
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.20	0.18	0.23	0.24	0.29	0.30
12	Women's, misses' and children's footwear	0.14	0.15	0.19	0.22	0.22	0.26
13	Men's clothing	0.16	0.17	0.21	0.20	0.21	0.28
14	Men's furnishings	0.19	0.19	0.24	0.23	0.24	0.37
15	Boys' clothing and furnishings	0.18	0.19	0.26	0.30	0.28	0.32
16	Men's and boys' footwear	0.12	0.13	0.18	0.22	0.18	0.25
17	Food and kindred products	1.32	1.29	1.05	1.21	1.81	1.83
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.18	0.19	0.23	0.20	0.23	0.23
19	Photographic equipment and supplies	0.16	0.15	0.16	0.16	0.19	0.25
20	Piece goods	0.13	0.14	0.15	0.12	0.16	0.14
21	Linens and domestics	0.22	0.12	0.16	0.15	0.18	0.19
22	Smallwares and notions	0.21	0.18	0.21	0.16	0.15	0.14
23	China and glassware	0.06	0.09	0.10	0.09	0.13	0.11
24	Floor coverings	0.17	0.17	0.22	0.21	0.21	0.20
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.15	0.16	0.19	0.20	0.22	0.22
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.12	0.11	0.12	0.12	0.14	0.13
27	Furniture	0.20	0.21	0.26	0.22	0.27	0.27
28	Major appliances	0.52	0.46	0.58	0.57	0.66	0.80
29	Television, radio and music	0.21	0.20	0.24	0.20	0.20	0.20
30	Housewares and small electrical appliances	0.13	0.15	0.14	0.16	0.18	0.19
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.12	0.13	0.16	0.18	0.26	0.24
32	Plumbing, heating and building materials	0.19	0.22	0.25	0.30	0.38	0.54
33	Jewellery	0.09	0.10	0.14	0.13	0.16	0.16
34	Toys and games	0.12	0.15	0.19	0.18	0.18	0.19
35	Sporting goods and luggage	0.14	0.13	0.16	0.18	0.20	0.23
36	Stationery, books and magazines	0.17	0.18	0.19	0.17	0.18	0.18
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.25	0.29	0.31	0.32	0.33	0.34
38	Meals and lunches	16.39	13.75	15.74	13.45	19.82	36.40
39	Repairs and services	1.54	1.45	1.80	1.73	1.90	1.97
40	All other departments	0.39	0.38	0.41	0.43	0.56	0.57
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.21	0.21	0.25	0.24	0.27	0.29

TABLEAU 40. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, révisées, 1984

1984							
July	August	September	October	November	December	Rayon	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		N°
0.30	0.30	0.29	0.27	0.28	0.44	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
0.17	0.24	0.27	0.31	0.36	0.38	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.30	0.30	0.36	0.30	0.33	0.48	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
0.05	0.07	0.13	0.18	0.28	0.28	Fourrures	4
0.22	0.30	0.29	0.30	0.33	0.44	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.25	0.50	0.38	0.28	0.40	0.53	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.33	0.30	0.34	0.32	0.40	0.77	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.27	0.27	0.31	0.25	0.25	0.32	Sous-vêtements	8
0.42	0.31	0.43	0.64	0.83	0.71	Chapeaux	9
0.22	0.24	0.35	0.33	0.34	0.43	Bas pour dames et fillettes	10
0.23	0.23	0.32	0.28	0.37	0.60	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.19	0.23	0.29	0.28	0.31	0.32	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.18	0.17	0.21	0.21	0.29	0.43	Vêtements pour hommes	13
0.26	0.24	0.27	0.23	0.33	0.64	Articles d'habillement pour hommes	14
0.22	0.45	0.34	0.27	0.34	0.59	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.17	0.20	0.23	0.21	0.28	0.37	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.57	2.02	1.74	1.47	1.64	2.34	Produits alimentaires et connexes	17
0.22	0.22	0.24	0.22	0.25	0.52	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
0.22	0.24	0.22	0.19	0.25	0.58	Appareils et fournitures photographiques	19
0.13	0.15	0.16	0.17	0.17	0.14	Tissus à la pièce	20
0.21	0.22	0.24	0.21	0.23	0.31	Literie et linge de maison	21
0.15	0.16	0.25	0.23	0.25	0.29	Menus articles	22
0.12	0.10	0.13	0.13	0.21	0.39	Porcelaine et verrerie	23
0.20	0.18	0.22	0.26	0.31	0.23	Revêtements de plancher	24
0.21	0.19	0.21	0.21	0.23	0.23	Tentures, rideaux et housses	25
0.13	0.12	0.14	0.12	0.17	0.32	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.28	0.23	0.27	0.28	0.29	0.26	Meubles	27
0.73	0.68	0.76	0.67	0.65	0.71	Gros appareils ménagers	28
0.22	0.24	0.35	0.29	0.33	0.54	Télévision, radio et musique	29
0.17	0.17	0.17	0.20	0.25	0.46	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
0.19	0.18	0.16	0.19	0.21	0.26	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.42	0.36	0.34	0.36	0.37	0.36	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
0.13	0.14	0.17	0.14	0.21	0.52	Bijouterie	33
0.18	0.17	0.17	0.23	0.37	0.64	Jouets et jeux	34
0.22	0.18	0.16	0.13	0.18	0.34	Articles de sport et valises	35
0.16	0.22	0.22	0.16	0.25	0.46	Papeterie, livres et revues	36
0.30	0.36	0.28	0.41	0.41	0.38	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
26.13	30.04	41.68	41.30	52.12	115.53	Repas et casse-croûtes	38
1.68	1.71	1.83	2.25	2.74	2.36	Services et travaux de réparation	39
0.47	0.44	0.45	0.41	0.40	0.77	Tous autres rayons	40
0.25	0.26	0.28	0.27	0.32	0.48	TOTAL, TOUS RAYONS	41



Department Store Sales and  
Stocks, Seasonally Adjusted

Revised Estimates,  
1983 and 1984

Ventes et stocks des grands  
magasins, désaisonnalisées

Estimations révisées,  
1983 et 1984



TABLE 41. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1983(1)

Department	1983					
	January	February	March	April	May	June
No.	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	thousands of dollars					
	milliers de dollars					
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,804	15,527	15,941	14,299	15,525	17,425
2 Women's and misses' coats and suits	14,836	14,738	14,600	13,957	15,152	14,593
3 Women's and misses' sportswear	47,554	50,880	51,104	44,335	49,817	56,056
4 Furs	2,805	2,764	2,717	3,195	1,556	2,872
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	23,750	23,401	24,585	19,294	23,163	24,174
6 Girls' and teenage girls' wear	16,314	16,448	18,790	13,550	15,351	16,240
7 Lingerie and women's sleepwear	17,964	18,334	18,865	16,722	17,809	20,209
8 Intimate apparel	9,626	9,763	10,045	9,545	9,955	10,402
9 Millinery	1,701	1,836	1,868	1,682	1,747	1,864
10 Women's and girls' hosiery	10,376	10,286	10,638	9,598	10,631	10,911
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	14,984	14,843	15,323	13,930	15,255	16,122
12 Women's, misses' and children's footwear	22,343	23,123	23,439	20,533	22,699	26,670
13 Men's clothing	34,580	34,082	37,080	32,391	33,819	36,481
14 Men's furnishings	41,525	42,036	45,438	38,865	44,160	47,590
15 Boys' clothing and furnishings	11,952	12,274	13,331	11,034	13,201	14,177
16 Men's and boys' footwear	14,700	15,435	16,545	13,283	16,511	16,512
17 Food and kindred products	57,211	58,527	61,745	54,107	56,483	58,110
18 Toiletries, cosmetics and drugs	49,681	49,737	50,204	47,923	50,647	51,700
19 Photographic equipment and supplies	13,728	13,972	13,925	12,970	13,876	13,668
20 Piece goods	4,232	4,221	4,342	4,030	4,465	4,965
21 Linens and domestics	27,800	27,095	27,658	27,636	26,737	30,024
22 Smallwares and notions	8,692	8,459	8,273	8,171	8,462	8,970
23 China and glassware	13,304	13,561	13,439	11,871	13,637	12,539
24 Floor coverings	11,773	11,792	12,130	11,761	12,040	12,602
25 Draperies, curtains and furniture coverings	14,597	15,079	14,627	13,582	14,990	15,269
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	9,378	8,806	9,697	8,635	8,697	8,728
27 Furniture	41,349	40,808	43,108	38,009	43,035	44,014
28 Major appliances	38,345	38,711	39,806	35,278	41,482	49,521
29 Television, radio and music	43,091	40,664	42,395	37,260	42,964	41,792
30 Housewares and small electrical appliances	37,245	40,023	36,285	35,260	34,628	38,157
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	25,499	25,663	25,892	23,973	26,413	26,690
32 Plumbing, heating and building materials	10,653	11,415	10,410	9,555	10,761	12,104
33 Jewellery	20,809	20,815	20,514	19,652	20,019	20,446
34 Toys and games	21,680	22,497	24,167	21,700	23,926	25,742
35 Sporting goods and luggage	25,516	25,739	27,096	23,919	25,550	27,322
36 Stationery, books and magazines	27,474	28,092	32,439	28,335	28,777	29,941
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	16,913	16,089	16,985	16,004	18,874	19,473
38 Meals and lunches	21,192	21,096	20,906	20,380	21,189	21,855
39 Repairs and services	9,188	10,057	10,300	9,934	9,815	10,569
40 All other departments	29,613	30,442	30,981	29,590	29,510	32,701
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	878,776	889,128	917,632	825,745	893,326	949,200

(1) The sum of the components is not equal to the total due to rounding.

TABLEAU 41. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, révisées, 1983(1)

1983							Rayon	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
Thousands of dollars								
milliers de dollars								
14,634	15,175	14,586	14,963	14,839	15,608	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1	
14,122	15,121	14,924	16,113	14,788	16,279	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2	
48,575	50,316	51,013	51,510	49,279	52,528	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
2,522	2,780	2,901	4,202	3,211	3,481	Fourrures	4	
23,210	22,838	23,775	24,300	23,113	23,870	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
14,909	15,196	13,700	16,271	15,232	15,207	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
18,065	19,341	18,715	19,701	18,797	18,884	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
10,089	10,461	10,592	10,871	10,089	10,763	Sous-vêtements	8	
1,805	1,767	1,672	1,741	1,701	1,830	Chapeaux	9	
10,590	9,642	10,559	10,846	10,390	10,703	Bas pour dames et fillettes	10	
15,530	14,474	15,662	16,702	16,177	16,466	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11	
23,546	23,431	24,077	24,578	24,327	23,596	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
35,670	34,750	35,671	35,567	35,600	38,589	Vêtements pour hommes	13	
44,445	44,195	43,511	45,127	43,141	45,857	Articles d'habillement pour hommes	14	
12,848	12,785	11,994	12,404	12,615	12,427	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15	
16,464	15,775	15,609	15,704	16,592	15,878	Chaussures pour hommes et garçons	16	
57,575	56,615	55,902	58,869	58,959	59,447	Produits alimentaires et connexes	17	
51,145	52,567	52,611	54,654	51,771	52,605	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18	
13,489	13,448	13,381	13,317	13,462	13,223	Appareils et fournitures photographiques	19	
4,683	4,586	4,076	4,301	4,262	4,416	Tissus à la pièce	20	
27,523	28,178	28,841	28,201	26,441	27,907	Literie et linge de maison	21	
8,639	8,621	8,450	8,653	8,504	9,429	Menus articles	22	
13,085	12,871	12,340	12,594	12,399	12,264	Porcelaine et verrerie	23	
14,163	14,155	12,671	12,697	12,467	11,136	Revêtements de plancher	24	
14,995	15,438	15,142	15,374	14,758	14,819	Tentures, rideaux et housses	25	
8,844	9,095	9,033	9,091	8,620	8,996	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26	
49,120	49,015	41,492	44,890	41,839	42,731	Meubles	27	
50,035	45,768	40,532	47,195	41,852	43,265	Gros appareils ménagers	28	
43,223	42,873	43,632	44,515	42,397	42,807	Télévision, radio et musique	29	
35,638	36,082	36,535	36,787	35,401	35,362	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30	
25,637	24,652	25,710	25,110	25,872	26,366	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31	
11,795	11,680	10,868	12,142	11,067	11,200	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32	
19,789	20,683	20,339	20,913	19,243	20,801	Bijouterie	33	
25,372	26,354	26,286	25,360	26,864	25,246	Jouets et jeux	34	
26,388	25,278	24,933	25,057	24,324	25,312	Articles de sport et valises	35	
29,583	29,101	29,286	29,268	31,827	30,320	Papeterie, livres et revues	36	
18,336	17,504	18,136	17,782	16,546	18,583	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
21,915	21,841	21,925	22,087	21,489	22,168	Repas et casse-croûtes	38	
10,500	10,719	10,433	10,314	10,307	10,258	Services et travaux de réparation	39	
31,762	30,987	31,183	30,317	32,901	32,519	Tous autres rayons	40	
920,258	916,158	902,696	930,085	903,462	923,144	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

(1) La somme des composantes n'est pas égale au total en raison de l'arrondissement.

TABLE 42. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1984(1)

Department	1984					
	January	February	March	April	May	June
No.	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	thousands of dollars					
	milliers de dollars					
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	15,605	15,838	15,140	15,880	15,110	16,338
2 Women's and misses' coats and suits	17,322	19,191	16,769	17,832	17,404	18,259
3 Women's and misses' sportswear	54,610	54,244	50,496	53,277	53,779	60,147
4 Furs	3,415	2,108	3,030	2,844	2,712	2,584
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	25,016	23,950	23,986	26,482	22,373	24,918
6 Girls' and teenage girls' wear	15,703	16,845	15,618	16,432	16,358	16,860
7 Lingerie and women's sleepwear	19,896	20,155	19,732	19,661	20,482	20,509
8 Intimate apparel	10,959	11,057	10,733	10,939	10,477	10,760
9 Millinery	1,780	1,691	1,849	2,094	1,944	1,953
10 Women's and girls' hosiery	10,696	11,184	10,895	10,958	10,849	10,585
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	16,090	15,777	15,639	16,422	16,667	16,481
12 Women's, misses' and children's footwear	24,692	26,798	23,370	26,708	24,679	25,136
13 Men's clothing	36,493	38,048	35,412	38,404	38,547	39,922
14 Men's furnishings	46,635	48,042	49,009	50,307	48,202	49,476
15 Boys' clothing and furnishings	13,789	14,083	12,294	13,595	12,723	13,449
16 Men's and boys' footwear	15,859	16,639	15,442	17,530	14,953	16,771
17 Food and kindred products	59,347	58,576	55,590	59,998	61,581	60,142
18 Toiletries, cosmetics and drugs	53,038	52,226	52,884	52,370	53,197	51,444
19 Photographic equipment and supplies	14,383	14,145	12,500	13,050	13,147	13,022
20 Piece goods	4,535	4,290	3,984	3,878	3,967	3,883
21 Linens and domestics	28,803	26,665	27,724	28,127	29,784	28,501
22 Smallwares and notions	8,501	7,727	8,445	8,338	8,621	8,292
23 China and glassware	11,865	13,050	12,262	12,147	13,146	12,973
24 Floor coverings	12,228	11,770	12,145	12,795	11,677	11,667
25 Draperies, curtains and furniture coverings	14,955	15,897	14,766	15,215	15,181	14,176
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8,874	9,003	8,574	9,234	8,963	8,489
27 Furniture	42,274	44,091	42,858	46,821	45,446	45,467
28 Major appliances	43,133	44,933	44,642	46,284	44,677	44,530
29 Television, radio and music	42,233	42,702	43,026	43,274	42,909	42,536
30 Housewares and small electrical appliances	35,123	38,142	35,075	35,625	35,599	36,492
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	24,094	25,351	26,549	27,781	27,437	27,980
32 Plumbing, heating and building materials	11,836	11,196	10,995	10,930	10,315	10,638
33 Jewellery	22,959	21,987	21,593	22,430	22,645	21,970
34 Toys and games	27,227	28,629	27,269	27,473	22,402	27,291
35 Sporting goods and luggage	25,371	24,692	25,482	26,554	26,401	26,066
36 Stationery, books and magazines	29,950	30,908	30,300	30,903	33,053	30,548
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	19,272	19,971	17,846	18,522	16,554	17,117
38 Meals and lunches	22,729	22,014	21,901	22,749	21,961	21,723
39 Repairs and services	10,181	10,226	9,980	10,510	10,586	10,896
40 All other departments	33,517	31,972	30,700	32,862	32,122	32,933
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	934,988	945,813	916,503	957,233	945,624	952,922

(1) The sum of the components is not equal to the total due to rounding.

TABLEAU 42. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, révisées, 1984(1)

1984							Rayon	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
Thousands of dollars								
milliers de dollars								
16,055	16,845	15,882	16,617	15,842	16,012	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1	
16,774	14,729	17,333	16,392	17,232	16,572	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2	
54,537	53,278	53,486	55,615	56,579	54,511	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
2,939	2,855	3,696	3,873	4,221	3,331	Fourrures	4	
22,823	24,678	24,553	24,422	24,817	24,467	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
16,211	17,413	17,111	16,023	18,236	16,047	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
19,795	19,738	19,607	19,641	20,378	20,071	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
11,106	10,570	11,159	10,873	10,959	11,092	Sous-vêtements	8	
1,983	1,793	2,052	1,982	2,028	1,680	Chapeaux	9	
9,773	10,117	10,667	10,291	10,520	10,290	Bas pour dames et fillettes	10	
16,283	15,081	16,601	16,677	18,139	17,143	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11	
24,729	25,056	25,283	25,169	25,627	25,317	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
38,507	39,626	39,715	39,739	41,891	41,999	Vêtements pour hommes	13	
48,594	45,269	47,988	46,847	48,385	47,510	Articles d'habillement pour hommes	14	
13,591	13,295	13,762	13,737	13,786	13,674	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15	
16,188	15,990	15,880	16,187	16,627	16,975	Chaussures pour hommes et garçons	16	
61,533	59,047	63,469	61,676	63,157	63,684	Produits alimentaires et connexes	17	
54,455	52,375	56,312	54,878	57,870	57,555	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18	
13,233	12,931	13,006	12,896	12,936	12,857	Appareils et fournitures photographiques	19	
4,176	3,836	3,755	3,781	3,797	3,629	Tissus à la pièce	20	
29,681	29,133	29,269	28,038	30,857	29,597	Literie et linge de maison	21	
8,442	8,126	8,877	8,357	8,515	8,762	Menus articles	22	
13,334	11,792	12,990	13,600	13,583	13,907	Porcelaine et verrerie	23	
11,491	11,457	12,519	11,633	13,009	12,068	Revêtements de plancher	24	
14,840	14,276	15,352	14,812	15,110	14,833	Tentures, rideaux et housses	25	
9,004	8,331	8,773	8,359	8,847	8,949	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26	
44,259	39,641	45,147	45,790	46,458	45,024	Meubles	27	
42,305	43,362	45,032	43,571	46,663	50,116	Gros appareils ménagers	28	
43,673	42,112	46,607	43,152	43,204	44,107	Télévision, radio et musique	29	
36,813	36,145	35,907	36,198	37,240	36,971	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30	
28,029	27,024	24,887	25,922	27,767	26,309	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31	
10,255	9,878	10,329	9,798	9,967	10,763	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32	
22,600	21,265	21,877	21,570	21,977	22,753	Bijouterie	33	
28,279	28,106	32,175	30,291	27,851	26,188	Jouets et jeux	34	
26,343	26,484	25,763	25,614	27,099	25,640	Articles de sport et valises	35	
31,595	30,702	31,829	29,518	32,280	31,347	Papeterie, livres et revues	36	
16,197	17,495	16,480	16,849	15,825	16,567	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
22,002	21,599	22,082	22,107	22,442	22,237	Repas et casse-croûtes	38	
10,840	10,777	11,100	11,094	11,377	11,044	Services et travaux de réparation	39	
33,407	31,198	34,068	34,937	34,994	34,397	Tous autres rayons	40	
946,674	923,425	962,379	948,526	978,095	965,994	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

(1) La somme des composantes n'est pas égale au total en raison de l'arrondissement.

TABLE 43. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1983(1)

Department	1983					
	January	February	March	April	May	June
No.	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	thousands of dollars					
	milliers de dollars					
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	42,439	41,508	44,716	45,154	45,376	43,265
2 Women's and misses' coats and suits	49,680	46,326	45,193	37,618	38,194	40,498
3 Women's and misses' sportswear	129,635	124,640	141,052	127,771	134,174	135,458
4 Furs	18,347	17,549	18,693	17,845	18,838	18,908
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	71,979	75,613	77,057	72,349	77,995	81,900
6 Girls' and teenage girls' wear	43,661	41,853	46,142	42,130	39,637	40,709
7 Lingerie and women's sleepwear	48,225	45,646	48,670	43,026	46,014	45,996
8 Intimate apparel	31,817	31,291	32,919	32,560	33,076	33,861
9 Millinery	2,189	2,083	1,984	1,645	1,450	2,059
10 Women's and girls' hosiery	29,478	29,575	31,031	28,947	32,936	35,969
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	45,847	44,033	45,341	42,494	42,700	44,477
12 Women's, misses' and children's footwear	88,748	87,777	94,043	86,420	89,769	84,727
13 Men's clothing	151,352	153,356	157,666	136,556	143,900	157,681
14 Men's furnishings	143,157	141,813	141,756	136,331	140,428	142,685
15 Boys' clothing and furnishings	42,024	42,811	42,549	40,928	42,026	43,853
16 Men's and boys' footwear	71,689	63,867	74,030	65,539	74,357	73,398
17 Food and kindred products(2)	38,185	40,111	40,206	40,853	33,895	43,503
18 Toiletries, cosmetics and drugs	179,448	170,538	179,360	181,268	176,362	195,305
19 Photographic equipment and supplies	55,736	55,460	57,827	55,546	57,307	61,595
20 Piece goods	26,947	26,260	28,280	26,804	31,086	26,510
21 Linens and domestics	116,415	115,849	113,882	111,557	120,627	118,531
22 Smallwares and notions	39,964	40,480	39,930	36,451	39,122	41,099
23 China and glassware	95,909	94,163	97,191	95,369	98,225	100,151
24 Floor coverings	49,729	48,994	50,709	46,911	49,073	49,366
25 Draperies, curtains and furniture coverings	60,943	60,789	68,738	61,015	63,151	66,048
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	48,908	49,339	54,597	49,487	55,077	55,713
27 Furniture	194,310	180,303	193,960	172,356	184,082	177,428
28 Major appliances	56,242	54,918	60,836	54,477	57,846	56,065
29 Television, radio and music	144,124	145,781	150,982	144,367	156,334	159,732
30 Housewares and small electrical appliances	173,544	177,849	173,615	176,611	175,634	183,911
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	129,958	123,668	143,857	124,640	129,366	132,358
32 Plumbing, heating and building materials	40,282	37,753	39,587	35,669	40,281	40,520
33 Jewellery	123,633	119,693	123,030	117,818	115,233	120,215
34 Toys and games	90,056	93,361	96,400	99,077	102,472	114,290
35 Sporting goods and luggage	135,531	132,280	137,208	131,241	131,861	139,653
36 Stationery, books and magazines	100,549	102,218	103,046	112,425	117,606	124,588
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	54,934	55,458	55,210	50,640	51,594	51,592
38 Meals and lunches	1,271	1,188	1,433	1,449	1,164	1,354
39 Repairs and services(2)	5,089	4,777	5,172	4,817	4,134	4,551
40 All other departments	68,002	65,939	64,205	67,912	63,423	65,317
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,725,497	2,657,887	3,005,479	3,169,897	3,145,812	2,988,589

(1) The sum of the components is not equal to the total due to rounding.

(2) Due to the absence of seasonality, the seasonally adjusted data are equal to the unadjusted data.



TABLEAU 43. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, révisés, 1983(1)

1983							Rayon	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
thousands of dollars								
milliers de dollars								
43,411	47,718	46,419	45,558	53,992	48,588	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1	
43,110	45,451	51,131	49,617	53,070	49,862	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2	
136,266	148,745	168,845	155,691	162,393	167,850	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
18,264	19,267	24,372	20,505	21,964	20,890	Fourrures	4	
78,282	85,395	85,556	87,631	88,932	89,918	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
42,808	41,052	48,081	43,397	43,968	45,752	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
46,144	49,372	53,705	51,473	54,887	55,019	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
34,666	34,614	40,207	36,668	37,828	39,569	Sous-vêtements	8	
3,005	2,706	3,006	2,789	3,343	3,007	Chapeaux	9	
35,070	34,583	40,194	38,351	40,156	38,619	Bas pour dames et fillettes	10	
44,287	46,633	54,974	50,029	51,861	49,752	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11	
96,388	100,431	112,374	102,150	107,715	109,247	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
156,894	154,135	160,517	137,168	168,395	157,127	Vêtements pour hommes	13	
134,570	149,484	164,441	152,072	162,185	158,982	Articles d'habillement pour hommes	14	
44,868	44,380	49,555	45,902	47,535	48,627	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15	
74,952	74,689	86,623	78,038	82,620	82,536	Chaussures pour hommes et garçons	16	
40,755	38,531	34,992	48,351	53,945	29,076	Produits alimentaires et connexes(2)	17	
199,023	211,033	208,482	216,664	208,906	218,746	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18	
61,725	58,635	62,696	57,824	60,136	63,980	Appareils et fournitures photographiques	19	
29,433	30,798	29,842	29,862	29,672	29,277	Tissus à la pièce	20	
124,088	129,057	135,936	127,270	126,118	134,728	Literie et linge de maison	21	
41,199	42,416	43,222	42,537	44,700	42,930	Menus articles	22	
97,164	102,221	101,147	100,375	100,379	102,125	Porcelaine et verrerie	23	
47,433	46,824	47,268	47,185	52,938	57,221	Revêtements de plancher	24	
62,705	66,402	65,446	59,259	63,480	65,892	Tentures, rideaux et housses	25	
55,198	58,484	56,984	53,171	54,646	58,187	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26	
167,516	171,824	181,030	178,704	177,732	183,416	Meubles	27	
49,741	54,740	62,600	58,446	63,856	66,498	Gros appareils ménagers	28	
159,689	167,070	182,787	159,579	162,790	158,957	Télévision, radio et musique	29	
181,133	191,393	196,460	186,063	194,159	195,276	Articles de ménage et petits appareils électriques	30	
129,318	122,742	145,754	129,654	134,333	144,903	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31	
40,138	40,377	41,819	40,066	40,383	41,963	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32	
119,172	120,857	121,664	115,992	113,831	120,116	Bijouterie	33	
110,998	110,015	113,152	106,189	109,930	117,631	Jouets et jeux	34	
138,645	134,834	142,488	133,321	142,110	138,457	Articles de sport et valises	35	
129,098	130,206	141,621	117,590	118,516	134,296	Papeterie, livres et revues	36	
53,471	52,920	54,575	54,706	53,799	56,416	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
1,311	1,110	945	1,175	1,083	1,018	Repas et casse-croûtes(2)	38	
4,464	4,612	4,981	4,740	4,888	5,578	Services et travaux de réparation	39	
63,856	69,129	73,082	70,586	71,626	74,268	Tous autres rayons	40	
3,136,145	3,206,256	3,305,096	3,737,768	3,865,767	3,214,787	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

(1) La somme des composantes n'est pas égale au total en raison de l'arrondissement.

(2) Puisqu'il y a absence de saisonnalité, les données désaisonnalisées sont par conséquent égales aux données non désaisonnalisées.

TABLE 44. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1984(1)

		1984					
Department		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.		thousands of dollars					
		milliers de dollars					
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	52,428	53,378	53,608	50,100	47,584	47,398
2	Women's and misses' coats and suits	51,654	43,611	52,113	55,104	49,038	45,424
3	Women's and misses' sportswear	163,497	160,398	163,096	159,606	159,241	165,104
4	Furs	21,149	21,666	22,608	21,405	24,917	25,361
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	84,921	88,539	90,244	86,174	84,066	85,082
6	Girls' and teenage girls' wear	42,320	44,883	51,027	41,866	45,990	45,915
7	Lingerie and women's sleepwear	53,674	55,589	56,567	55,573	53,775	54,671
8	Intimate apparel	40,517	41,597	41,161	40,503	39,581	41,230
9	Millinery	3,584	3,583	4,101	4,185	3,504	4,036
10	Women's and girls' hosiery	36,753	36,869	40,098	34,985	32,186	31,311
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	52,055	54,588	55,579	53,811	52,281	51,738
12	Women's, misses' and children's footwear	116,652	115,488	112,814	111,086	98,107	96,210
13	Men's clothing	166,467	155,319	169,799	163,711	166,489	160,430
14	Men's furnishings	159,492	163,456	166,454	161,908	165,657	160,471
15	Boys' clothing and furnishings	44,793	39,646	45,110	43,495	42,077	42,239
16	Men's and boys' footwear	86,717	85,503	77,410	80,132	74,743	74,128
17	Food and kindred products(2)	44,791	47,166	52,073	45,505	25,906	33,843
18	Toiletries, cosmetics and drugs	214,883	221,730	226,948	217,162	205,940	211,988
19	Photographic equipment and supplies	60,796	64,186	64,018	60,342	53,575	57,778
20	Piece goods	29,465	29,427	29,253	26,901	25,164	25,682
21	Linens and domestics	130,720	146,828	141,682	140,059	138,691	142,561
22	Smallwares and notions	42,039	43,227	43,510	43,302	40,059	42,826
23	China and glassware	100,099	102,875	102,027	98,774	96,186	91,383
24	Floor coverings	56,353	57,736	57,598	58,063	53,747	55,811
25	Draperies, curtains and furniture coverings	70,160	72,921	78,307	73,198	73,413	72,644
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	59,399	61,166	61,090	58,228	48,746	55,758
27	Furniture	176,928	158,806	184,432	179,858	165,635	184,509
28	Major appliances	69,918	70,135	65,834	67,656	63,702	68,942
29	Television, radio and music	168,359	168,921	170,014	162,095	158,961	160,992
30	Housewares and small electrical appliances	195,778	192,507	190,639	180,662	181,934	187,389
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	146,907	146,336	143,698	138,034	134,491	139,038
32	Plumbing, heating and building materials	35,195	37,099	36,090	33,677	27,997	29,649
33	Jewellery	126,431	125,121	126,835	123,211	126,112	123,894
34	Toys and games	107,176	97,625	107,418	105,814	105,317	107,435
35	Sporting goods and luggage	138,274	140,518	136,221	137,191	138,495	135,355
36	Stationery, books and magazines	136,723	139,911	158,918	141,451	142,105	139,597
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	53,266	51,801	55,786	52,396	51,873	54,951
38	Meals and lunches(2)	1,324	1,338	1,441	1,588	532	641
39	Repairs and services	6,078	6,067	5,664	5,476	5,616	5,592
40	All other departments	68,077	70,235	73,475	67,553	66,144	67,069
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,072,312	3,150,369	3,404,114	3,609,403	3,336,505	3,148,321

(1) The sum of the components is not equal to the total due to rounding.

(2) Due to the absence of seasonality, the seasonally adjusted data are equal to the unadjusted data.

TABLEAU 44. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, révisés, 1984(1)

1984						Rayon	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
Thousands of dollars							
milliers de dollars							
57,360	59,303	58,302	55,305	51,519	51,690	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
52,364	55,865	55,365	57,820	57,334	60,646	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
163,481	185,800	174,624	170,026	164,708	158,595	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
28,012	26,237	22,097	26,924	24,465	23,765	Fourrures	4
77,030	91,267	85,017	78,067	83,123	84,064	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
44,595	47,761	47,160	49,206	48,746	45,973	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
54,514	54,728	53,202	52,728	56,677	52,756	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
39,875	41,838	42,224	42,421	43,037	43,629	Sous-vêtements	8
3,990	5,044	4,212	3,174	3,272	3,300	Chapeaux	9
31,065	34,683	34,364	33,845	35,030	38,213	Bas pour dames et fillettes	10
53,336	54,592	55,964	55,499	59,415	62,089	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
101,254	112,744	107,702	103,100	105,768	101,735	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
162,198	194,243	177,808	177,252	175,846	171,862	Vêtements pour hommes	13
139,057	158,454	160,717	164,786	176,792	179,390	Articles d'habillement pour hommes	14
41,011	42,384	41,557	43,428	43,446	43,266	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
73,579	76,511	76,697	73,421	72,821	70,339	Chaussures pour hommes et garçons	16
32,309	27,184	34,765	45,449	51,232	23,221	Produits alimentaires et connexes(2)	17
216,819	217,873	227,709	220,511	227,475	218,036	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
55,837	55,948	54,870	53,988	52,736	50,988	Appareils et fournitures photographiques	19
24,508	26,288	26,183	25,550	25,786	23,485	Tissus à la pièce	20
144,183	144,914	149,824	142,174	143,742	138,795	Literie et linge de maison	21
42,534	43,390	42,479	43,407	42,959	43,526	Menus articles	22
94,004	91,602	89,988	86,530	86,667	80,556	Porcelaine et verrerie	23
58,026	58,053	61,841	54,694	53,537	50,665	Revêtements de plancher	24
73,219	74,956	78,068	72,640	75,034	70,318	Tentures, rideaux et housses	25
58,215	54,681	67,184	63,752	66,364	60,650	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
184,422	176,570	180,083	174,170	158,399	157,244	Meubles	27
69,078	68,011	69,280	79,508	72,780	66,992	Gros appareils ménagers	28
161,247	161,355	161,211	156,062	156,073	148,043	Télévision, radio et musique	29
187,505	192,938	181,122	172,777	171,629	162,725	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
133,051	140,158	139,001	138,168	137,637	133,263	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
29,057	29,418	29,381	29,148	27,405	26,876	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
127,508	126,294	127,368	125,262	121,914	118,413	Bijouterie	33
111,768	104,869	103,383	96,097	132,107	150,202	Jouets et jeux	34
135,186	139,765	135,992	134,860	136,746	138,495	Articles de sport et valises	35
140,492	141,121	150,796	135,802	156,139	155,668	Papeterie, livres et revues	36
49,789	51,420	48,212	45,518	50,299	54,114	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
895	539	458	605	399	166	Repas et casse-croûtes(2)	38
5,567	5,655	5,268	5,427	5,607	5,604	Services et travaux de réparation	39
67,184	68,485	67,308	74,441	71,360	66,685	Tous autres rayons	40
3,304,166	3,426,188	3,318,584	3,872,326	3,955,109	3,132,328	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) La somme des composantes n'est pas égale au total en raison de l'arrondissement.

(2) Puisqu'il y a absence de saisonnalité, les données désaisonnalisées sont par conséquent égales aux données non désaisonnalisées.



## APPENDIX

## APPENDICES





## APPENDIX I

### DEFINITIONS

#### Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

#### Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics and sells the following general lines of merchandise:

**Family clothing and apparel.** This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least **six** of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

**Furniture, appliance and home furnishings.** This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least **four** of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

## APPENDICE I

### DÉFINITIONS

#### Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et des services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

#### Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes et vend les catégories de marchandises suivantes:

**Vêtements pour la famille.** Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **six** des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent se faire dans le groupe de vêtements pour la famille.

**Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.** Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine et verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; gros appareils, télévision, radio et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **quatre** des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

All other (miscellaneous). This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, such as: toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

### Total Net Sales and Receipts

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

### Stocks

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

### Accounts Receivable

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

### Junior Department Store

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

Tous autres articles (divers). Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, **telles que:** articles de toilette, cosmétiques et médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

### Ventes et recettes nettes totales

Les ventes et recettes nettes totales sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

### Stocks

Les stocks englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

### Comptes à recevoir

Par comptes à recevoir on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

### Grand magasin populaire

Les grands magasins populaires sont définis comme étant des points de ventes au détail qui offrent la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

## METHODOLOGY

The monthly sales values, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The monthly sales values by department, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The monthly stock values by department, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The monthly accounts receivable values, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

## MÉTHODOLOGIE

Le chiffre des ventes mensuelles, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le chiffre des ventes mensuelles par rayon publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le chiffre des stocks mensuels par rayon publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le chiffre des comptes à recevoir mensuel pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtés retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.





## APPENDIX III

### DATA RELIABILITY

#### Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

**Coverage error.** This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

**Data response error.** This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

**Non-response error.** Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

**Processing error.** These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

## APPENDICE III

### FIABILITÉ DES DONNÉES

#### Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

**Le champ couvert par l'enquête.** L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

**La réponse.** Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un interviewer à l'autre dans le mode de communication retenu, lorsqu'il s'agit d'expliquer des questions et d'interpréter des réponses.

**La non-réponse.** Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables et encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

**Le traitement.** L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

### Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the response rate is based on (1) the survey unit - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) the organizational unit - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example,

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. En ce qui concerne les estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreurs. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

### Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'enquête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins.

a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte des deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1985  
March

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1985  
Mars

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	57.9	87.6
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	42.1	63.9
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	90.9	96.7





## APPENDIX IV

### SEASONAL ADJUSTMENT

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time."(1) In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal (variations) and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method(2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times.(3) These procedures, used to deter-

(1) "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," **Canada Statistical Review**, August 1974.

(2) For further information see the **X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

(3) See next page.

## APPENDICE IV

### DÉSAISONNALISATION

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps"(1). L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI(2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et retrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises(3). Ces étapes déterminant les

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la **Revue statistique du Canada**, Août 1974.

(2) Pour plus ample information voir **La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, no. 12-564F au catalogue, hors série.

(3) Voir page suivante.



mine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are, since May 1983, executed every month instead of once a year. This permits us to update each month the reference series from which we derive the final estimations of the seasonal factors with the previous month's revised data.

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.(3) The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Commencing with March 1984, the Canada seasonally adjusted total is now derived "indirectly" by the summation of the 40 individually seasonally adjusted departments. Previously, this total was derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly".(4) Also in March 1984, the

facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales, sont depuis mai 1983, exécutées à chaque mois au lieu d'une seule fois par an. Il nous est donc possible de mettre à jour mensuellement les séries de référence desquelles on dérive les estimations finales des facteurs saisonniers, en employant les données les plus récentes disponibles.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois à dominance cyclique, ou MDC.(3) Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, il s'agit de la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Depuis mars 1984, le total désaisonné au niveau du Canada est dérivé de "façon indirecte" en faisant la somme des 40 rayons désaisonnés séparément au préalable. Auparavant, ce total était obtenu en désaisonnant de "façon directe" les données brutes du total, au niveau du Canada(4). De plus, la désaisonnalisation inter-

(3) See Table 30.

(4) Refer to: Lothian, J. and Morry, M. (1977): The Problem of Aggregation; Direct or Indirect, Ottawa: Seasonal Adjustment and Time Series Analysis Division, Statistics Canada.

(3) Voir tableau 30.

(4) Consulter: Lothian, J. et Morry, M. (1977): Aggrégation directe ou indirecte, Ottawa, Division des séries chronologiques, de la recherche et de l'analyse, Statistique Canada.

end-point seasonal adjustment method was adopted. For the period May 1983 to February 1984, a modified version of the "end-point seasonal adjustment" method, employing a projected factor for the current month only, was utilized. Prior to May 1983, seasonally adjusted data were derived on a monthly basis by employing projected seasonal factors (forecasted one year in advance) calculated once a year.

## REVISION PROCEDURES

Due to the fact that statistical surveys are subject to different type of errors (as described previously in this section) and that to obtain a 100% response rate each month under a data collection program by mail would prove to be very difficult (almost impossible sometimes) and costly, results must be revised on an ongoing basis as new information is received, enabling us to update our statistical series accordingly.

Revisions of two different types are made in regard to the Department Store Sales and Stocks Survey: **the first relates to the way data are gathered while the second results from the seasonal adjustment procedures.** In the first type of revision, corrections apply only to the previous year data. They are conducted after the end of the year and, consequently, the revised figures are published in the March issue of the following year of the present bulletin. The second type of revisions are both monthly and annual. In the case of the monthly revisions, the corrected figures for the current month (June for example), are published in the following month issue of the present catalogue (July), while the annual revisions are published once a year in the March issue.

Generally, revised data are indicated with an "r" beside the name of the month to which they apply, in order to inform the user of these changes.

polative a été adoptée en mars 1984. Pour la période s'échelonnant de mai 1983 à février 1984, on a utilisé une version modifiée de la désaisonnalisation interpolative, employant une prévision du facteur de désaisonnalisation pour le mois courant seulement. Avant mai 1983, les données désaisonnalisées étaient dérivées sur une base mensuelle, à l'aide de prévisions (une année à l'avance) des facteurs saisonniers calculés une fois par année.

## PROCÉDURES DE RÉVISION

Puisque les enquêtes statistiques sont sujettes à différents types d'erreurs (telles qu'explicitées précédemment dans cette section) et qu'il serait très coûteux et difficile (pratiquement impossible parfois) d'atteindre, à partir d'un programme de collecte de données par la poste, un taux de réponse de 100%, il faut donc réviser les résultats sur une base régulière afin de mettre à jour les séries statistiques en découlant, à mesure que de nouvelles informations nous sont transmises.

On compte donc des révisions de deux types en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins: **les premières sont liées à la façon dont les données sont produites tandis que les secondes résultent de la procédure de désaisonnalisation.** Les révisions du premier type ne se rapportent qu'aux seules données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les révisions du deuxième type sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas de celles mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (soit juin par exemple) sont ajoutées à la publication du mois suivant (juillet) tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une fois l'an, dans le bulletin de mars.

En général, on avise l'utilisateur de ces changements, en inscrivant un "r" à côté du nom du mois auquel on applique des révisions.

## NUMBER OF SHOPPING DAYS

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table III for the number of shopping days the current publication is based on.

## NOMBRE DE JOURS COMMERCIAUX

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif III donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

TEXT TABLE III. Number of Shopping Days, by Month, 1984 and 1985

TABLEAU EXPLICATIF III. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1984 et 1985

	1985		1984	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	26	4	26	4
February - Février	24	4	25	4
March - Mars	26	5	27	5
April - Avril	25	4	24	4
May - Mai	26	4	26	4
June - Juin	25	5	26	5
July - Juillet	26	4	26	4
August - Août	26	5	26	4
September - Septembre	24	4	24	5
October - Octobre	26	4	26	4
November - Novembre	26	5	26	4
December - Décembre	25	4	25	5

## APPENDIX V

### CONSTANT DOLLAR ESTIMATES

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Text Table II), estimates of sales by department group are deflated using department group implicit price indices supplied by the Industry Product Division of Statistics Canada. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

### DATA CONFIDENTIALITY

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business.<sup>(5)</sup> The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld on this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information from selected regions (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential, form. For example, in many cases the data for the Northwest Territories and the Yukon are included with the British Columbia data.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

(5) See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

## APPENDICE V

### ESTIMATIONS EN DOLLARS CONSTANTS

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau explicatif II), les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées au moyen des indices implicites de prix appropriés fournis par la Division du produit industriel de Statistique Canada. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

### CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de cette dernière<sup>(5)</sup>. Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un X aux différents postes visés dans la publication.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) pour certaines régions (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple dans bien des cas, les données relatives aux Territoires du Nord-Ouest et du Yukon sont incluses avec celles de la Colombie-Britannique.

Ainsi, par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement en fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

(5) Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.



TEXT TABLE II. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1983-1985

TABLEAU EXPLICATIF II. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1983-1985

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		'000	%	'000	%
<b>1983:</b>					
January - Janvier	206.6	623,021	+ 3.8	301,559	- 0.2
February - Février	213.2	603,808	+ 4.5	283,212	+ 0.3
March - Mars	211.9	787,544	+ 13.5	371,658	+ 9.3
April - Avril	215.4	775,226	- 1.7	359,901	- 5.8
May - Mai	215.8	842,133	+ 3.5	390,238	--
June - Juin	214.9	920,150	+ 16.3	428,176	+ 12.3
July - Juillet	212.9	813,746	+ 6.5	382,220	+ 2.9
August - Août	213.8	850,885	+ 9.7	397,982	+ 6.3
September - Septembre	211.1	922,067	+ 7.1	436,792	+ 4.1
October - Octobre	214.3	922,014	+ 7.3	430,245	+ 4.2
November - Novembre	215.1	1,138,763	+ 6.1	529,411	+ 3.0
December - Décembre	213.6	1,731,121	+ 7.6	810,450	+ 5.0
Year - Année	213.4	10,930,478	+ 7.1	5,121,844	+ 3.6
<b>1984:</b>					
January - Janvier	214.3	649,626	+ 4.3	303,139	+ 0.5
February - Février	218.7	659,594	+ 9.2	301,598	+ 6.5
March - Mars	217.1	806,999	+ 2.5	371,718	--
April - Avril	220.4	843,022	+ 8.7	382,496	+ 6.3
May - Mai	222.0 <sup>r</sup>	930,389	+ 10.5	419,094 <sup>r</sup>	+ 7.4
June - Juin	220.1	941,728	+ 2.3	427,864	- 0.1
July - Juillet	218.4	806,592	- 0.9	369,319	- 3.4
August - Août	218.9	872,423	+ 2.5	398,549	+ 0.1
September - Septembre	215.2	947,365	+ 2.7	440,225	+ 0.8
October - Octobre	220.0	957,060	+ 3.8	435,027	+ 1.1
November - Novembre	220.5	1,254,292	+ 10.1	568,840	+ 7.4
December - Décembre	218.0	1,715,800	- 0.9	787,064	- 2.9
Year - Année	218.7	11,384,890	+ 4.2	5,204,933 <sup>r</sup>	+ 1.6
<b>1985:</b>					
January <sup>r</sup> - Janvier <sup>r</sup>	219.9	692,108	+ 6.5	314,738	+ 3.8
February - Février	220.5	647,065	- 1.9	293,454	- 2.7
March - Mars	222.6	849,077	+ 5.2	381,436	+ 2.6
April - Avril					
May - Mai					
June - Juin					
July - Juillet					
August - Août					
September - Septembre					
October - Octobre					
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					



## EXPLANATORY NOTES

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios(6) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios(7) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

(6) See Table 26.

(7) See Table 27.

## NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage donnée dans la présente publication est fondée sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elle tient compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elle ne se limite pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes(6) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks(7) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

(6) Voir tableau 26.

(7) Voir tableau 27.



## APPENDIX VI - APPENDICE VI

### LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

#### MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland  
Baine Johnstone & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 4100, St. John's, Newfoundland  
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario (Closed July 1984 - Fermée Juillet 1984)  
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario  
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario(1)  
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island  
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon(2)  
Hougens Watson Lake 84, Box 97, Watson Lake, Yukon(2)  
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec  
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario(2)  
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan  
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario  
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec  
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario (Closed February 1983 - Fermée février 1983)  
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario  
Simpsons Ltd., 176 Yonge St., Toronto, Ontario  
Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario  
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario  
Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

#### JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario  
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario (Closed January 1984 - Fermée janvier 1984)  
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec  
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario  
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario(2)  
Zeller's Ltd., 5250 Décarie Blvd., Montréal, Québec

(1) Goudies Ltd. has been reclassified to the "Family Clothing" trade group as of January 1, 1985.

(1) Goudies Ltd. est reclassifié au groupe des magasins de "vêtements pour famille" depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1985.

(2) All department stores in the Yukon and Northwest Territories have been reclassified to the "General Merchandise" trade group as of January 1, 1985.

(2) Tous les grands magasins du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest sont reclassifiés à d'autres genres de commerce du groupe des magasins de "Marchandises diverses" depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1985.

## SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Industry Division in the Retail Trade sector.

### Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil. 36 pp. First Issue, 1938. (ISSN 0380-7045).

Total sales and number of outlets, by province and selected metropolitan area, and sales and inventories by department, Canada.

- 63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil. 1 pp. First Issue, 1950. (ISSN 0709-8650).

Total sales and percentage changes of sales by region.

- 63-005 Retail Trade. M. Bil. Approx. 65 pp. First Issue, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total retail sales by province and kind of business, for chain and independent stores; seasonally adjusted sales, Canada.

- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil. Approx. 15 pp. First Issue, 1932. (ISSN 0705-5595).

Number and value of new passenger cars, trucks and buses sold by province and by origin (Canada and U.S. or imported). Monthly unit sales, by type and origin, seasonally adjusted.

- 63-014 Merchandising Inventories. M. Bil. 24 pp. First Issue, 1972. (ISSN 0380-7177).

Inventories and stocks/sales ratios, by type of trade for wholesale, by department for department stores, by kind of business for chain stores and independent stores: quarterly percentage changes for independent stores by kind of business.

- 63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil. Approx. 74 pp. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total retail sales by chain and department stores by province, selected localities and kind of business including data on floor area, inventory and accounts receivable.

## CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division de l'industrie.

### Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938. (ISSN 0380-7045).

Ventes totales et nombre de points de vente par provinces et certaines régions métropolitaines, ventes et stocks par rayon, Canada.

- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil. 1 page. Premier numéro, 1950. (ISSN 0709-8650).

Variations en pourcentage et ventes par région.

- 63-005 Commerce de détail. M. Bil. Environ 65 pages. Premier numéro, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total des ventes au détail par province et genre de commerce, pour les magasins à succursales et les magasins indépendants; chiffres désaisonnalisés, Canada.

- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil. Environ 15 pages. Premier numéro, 1932. (ISSN 0705-5595).

Nombre et valeur des voitures particulières, des camions et des autobus neufs vendus par province et par lieu d'origine (Canada et É.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

- 63-014 Stocks commerciaux. M. Bil. 24 pages. Premier numéro, 1972. (ISSN 0380-7177).

Stocks et rapports stocks/ventes, par genre de commerce pour le commerce de gros, par rayon pour les grands magasins et par genre de commerce pour les magasins à succursales et magasins indépendants: variations trimestrielles en pourcentage pour les magasins indépendants suivant le genre de commerce.

- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil. Environ 74 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins selon la province, certaines agglomérations et le genre de commerce, incluant des données sur la superficie totale, les stocks, et les comptes à recevoir.

## Catalogue

- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil. 21 pp. First Issue, 1958. (ISSN 0527-6411).

Sales of merchandise through automatic vending machines, by type of machine and by location, Canada and provinces.

- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil. 14 pp. First Issue, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Sales of various commodities by method of distribution: by personal selling, by mail, from premises, etc.

- 63-219 Campus Book Stores. A. Bil. Approx. 8 pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Retail sales by type of commodity, employees and payroll, by region or province for academic years.

- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil. 700 pp. First Issue, 1975. (ISSN 0590-9325).

The data covers such topics as general economic indicators, population characteristics, personal income and expenditure and household facilities.

- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil. 695 pp. (ISBN 0-660-506-13-0).

The publication provides revised retail trade estimates for the years 1972 to 1979, both unadjusted and seasonally adjusted and also sections on definitions, concepts, classifications, methodology and data reliability.

- Operating Results - Retail Trade. O. Bil. 29 pp. First Issue, 1974.

The following publications in the Operating Results series contain ratios (percentages of net sales) for: purchases, inventories, cost of goods sold, gross profit, operating expense items and net profit.

## Catalogue

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1981

- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977

## Catalogue

- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil. 21 pages. Premier numéro, 1958. (ISSN 0527-6411).

Ventes de marchandise par distributeurs automatiques selon le genre de machine et l'emplacement, Canada et provinces.

- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil. 14 pages. Premier numéro, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Ventes de divers produits, par mode de distribution: par démarchage, par la poste, chez le fabricant, etc.

- 63-219 Librairies de campus. A. Bil. Environ 8 pages. Premier numéro, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Ventes au détail par type de produits, ainsi que le nombre d'employés et la paye, par région ou province pour les années scolaires.

- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A. Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975. (ISSN 0590-9325).

Les données portent sur des sujets tels que les indicateurs économiques généraux, les caractéristiques de la population, le revenu et les dépenses des particuliers et l'équipement ménager.

- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S. Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0).

Cette publication contient des données brutes et désaisonnalisées, révisées de 1972 à 1979, des sections sur les définitions, les concepts, la classification, la méthodologie et la fiabilité des données.

- Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H.S. Bil. 29 pages. Premier numéro, 1974.

Les publications suivantes de la série des Résultats de l'exploitation contiennent des ratios (pourcentages des ventes nettes) pour les achats, les stocks, le coût des biens vendus, les bénéfices bruts, les dépenses d'exploitation et les bénéfices nets.

## Catalogue

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1981

- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977



## Catalogue

63-607 Retail Drug Stores, 1981

63-608 Retail Florists, 1981

63-609 Retail Jewellery Stores, 1981

63-610 Retail Hardware Stores, 1980

63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980

63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A. - Annual Bil. - Bilingual  
O. - Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada \$5.00, Other Countries \$6.00.

## Catalogue

63-607 Pharmacies au détail, 1981

63-608 Fleuristes détaillants, 1981

63-609 Bijouteries au détail, 1981

63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980

63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980

63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. - Mensuel A. - Annuel Bil. - Bilingue  
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et social du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Nº 11-204F, prix Canada \$5.00, Autres pays \$6.00.









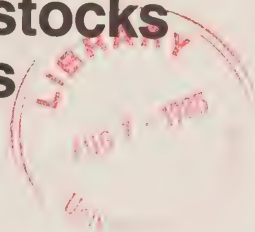


# Department store sales and stocks

April 1985

# Ventes et stocks des grands magasins

Avril 1985



## Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

## How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,  
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 990-9665) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (966-6586)	Vancouver (666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by Northwest Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by Northwest Inc.)	Zenith 2-2015

## How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)990-8114  
1(613)990-8115

## Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,  
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 990-9665) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (966-6586)	Vancouver (666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la Northwest Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la Northwest Inc.)	Zénith 2-2015

## Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)990-8114  
1(613)990-8115

**Statistics Canada**

Industry Division  
Retail Trade Section

# Department store sales and stocks

April 1985

Published under the authority of  
the Minister of Supply and  
Services Canada

© Minister of Supply  
and Services Canada 1985

July 1985  
5-3406-503

Price: Canada, \$13.00, \$130.00 a year  
Other Countries, \$14.00, \$140.00 a year

Payment to be made in Canadian funds or equivalent

Catalogue 63-002, Vol. 50, No. 4

ISSN 0380-7045

Ottawa

**Statistique Canada**

Division de l'industrie  
Section du commerce de détail

# Ventes et stocks des grands magasins

Avril 1985

Publication autorisée par  
le ministre des Approvisionnements et  
Services Canada

© Ministre des Approvisionnements  
et Services Canada 1985

Juillet 1985  
5-3406-503

Prix: Canada, \$13.00, \$130.00 par année  
Autres pays, \$14.00, \$140.00 par année

Paiement en dollars canadiens ou l'équivalent

Catalogue 63-002, vol. 50, n° 4

ISSN 0380-7045

Ottawa

## SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

## NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

## A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM Division staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-990-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- D. Desjardins, Director, Industry Division
- A.R. Tanner, Chief, Industry Division, Retail Trade Section

## SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

## NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

## NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de la Division CANSIM, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-990-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- D. Desjardins, directeur, Division de l'industrie
- A.R. Tanner, chef, Division de l'industrie, Section du commerce de détail

**TABLE OF CONTENTS**

Page

**Introduction** vii

**Charts**

1. Department Store Sales, by Month,  
Unadjusted and Seasonally Adjusted,  
Canada, 1983-1985 viii

2. Department Store Stocks, by Month,  
Unadjusted and Seasonally Adjusted,  
Canada, 1983-1985 viii

3. Department Store Sales and Total Re-  
tail Trade, by Month, Canada, 1983-  
1985 ix

4. Department Store Sales, Current and  
Constant (1971) Dollar Estimates,  
1983-1985 x

5. Department Stores' Month-End Ac-  
counts Receivable, Canada, 1983-1985 x

6. Department Store Sales, Provincial  
Distribution by Type of Organization xi

**Highlights** xiii

**Table**

1. Department Store Monthly Sales, by  
Department, Canada, 1984 and 1985 2

2. Department Store Monthly Sales,  
Seasonally Adjusted, by Department,  
Canada, 1984 and 1985 4

3. Total Department Store Monthly  
Sales, by Province, 1984 and 1985 6

4. Total Department Store Monthly  
Sales, by Selected Metropolitan  
Area, 1984 and 1985 6

5. Major Department Store Monthly  
Sales, by Province, 1984 and 1985 8

6. Major Department Store Monthly  
Sales, by Selected Metropolitan  
Area, 1984 and 1985 8

**TABLE DES MATIÈRES**

Page

**Introduction** vii

**Graphiques**

1. Ventes des grands magasins, par mois, non  
désaisonnalisées et désaisonnalisées,  
Canada, 1983-1985 viii

2. Stocks des grands magasins, par mois, non  
désaisonnalisés et désaisonnalisés,  
Canada, 1983-1985 viii

3. Ventes des grands magasins et commerce de  
détail total, par mois, Canada, 1983-1985 ix

4. Ventes des grands magasins, estimations  
en dollars courants et constants (1971),  
1983-1985 x

5. Montant à recevoir des grands magasins à  
la fin du mois, Canada, 1983-1985 x

6. Ventes des grands magasins, distribution  
provinciale par genre d'organisation xi

**Points saillants** xiii

**Tableau**

1. Ventes mensuelles des grands magasins,  
par rayon, Canada, 1984 et 1985 2

2. Ventes mensuelles des grands magasins,  
désaisonnalisées, par rayon, Canada,  
1984 et 1985 4

3. Total des ventes mensuelles des grands  
magasins, par province, 1984 et 1985 6

4. Total des ventes mensuelles des grands  
magasins, par certaines zones métropoli-  
taines, 1984 et 1985 6

5. Ventes mensuelles des grands magasins  
traditionnels, par province, 1984 et  
1985 8

6. Ventes mensuelles des grands magasins  
traditionnels, par certaines zones mé-  
tropolitaines, 1984 et 1985 8



## TABLE OF CONTENTS - Continued

## TABLE DES MATIÈRES - suite

	Page
<b>Table</b>	
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	19
17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	19
18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	20
19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	20
20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	21
21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	21

	Page
<b>Tableau</b>	
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	10
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	10
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1984 et 1985	12
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	12
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	14
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	14
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	16
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	16
15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	18
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1984 et 1985	19
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	19
18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	20
19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	20
20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	21
21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	21

## TABLE OF CONTENTS - Concluded

	Page
<b>Table</b>	
22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1983-1985	22
23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1983-1985	23
24. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1984 and 1985	24
25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985	26
26. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985	28
27. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, 1984 and 1985	30
28. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1983-1985	32
29. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	32
30. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1985	34
<b>Appendix</b>	
I. Definitions	39
II. Methodology	41
III. Data Reliability	43
IV. Seasonal Adjustment	47
Revision Procedures	49
Number of Shopping Days	50
V. Constant Dollar Estimates	51
Data Confidentiality	51
Explanatory Notes	53
VI. List of Department Store Organizations	55

Selected Publications

## TABLE DES MATIÈRES - fin

	Page
<b>Tableau</b>	
22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1983-1985	22
23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1983-1985	23
24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	24
25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1984 et 1985	26
26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	28
27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	30
28. Montants à recevoir, non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	32
29. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	32
30. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1985	34
<b>Appendices</b>	
I. Définitions	39
II. Méthodologie	41
III. Fiabilité des données	43
IV. Désaisonnalisation	47
Procédures de révision	49
Nombre de jours commerciaux	50
V. Estimations en dollar constants	51
Confidentialité des données	51
Notes explicatives	53
VI. Liste des organisations de grands magasins	55

Choix de publications



## INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division (formerly Merchandising and Services Division), to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie, (anciennement Division du commerce et des services). (Le recensement mesure également les activités des "établissements", toutefois cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement unique et non comme un regroupement de petits magasins.

Chart — 1

Graphique — 1

# Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1983-1985

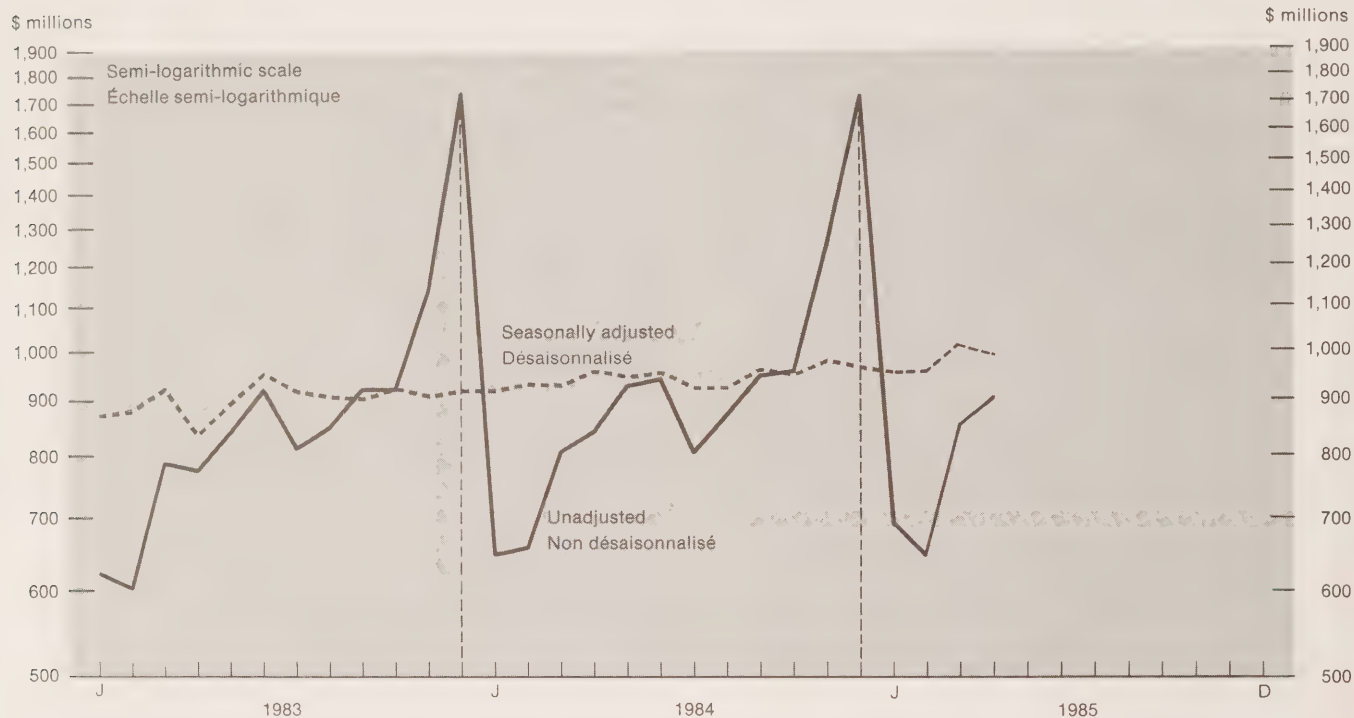
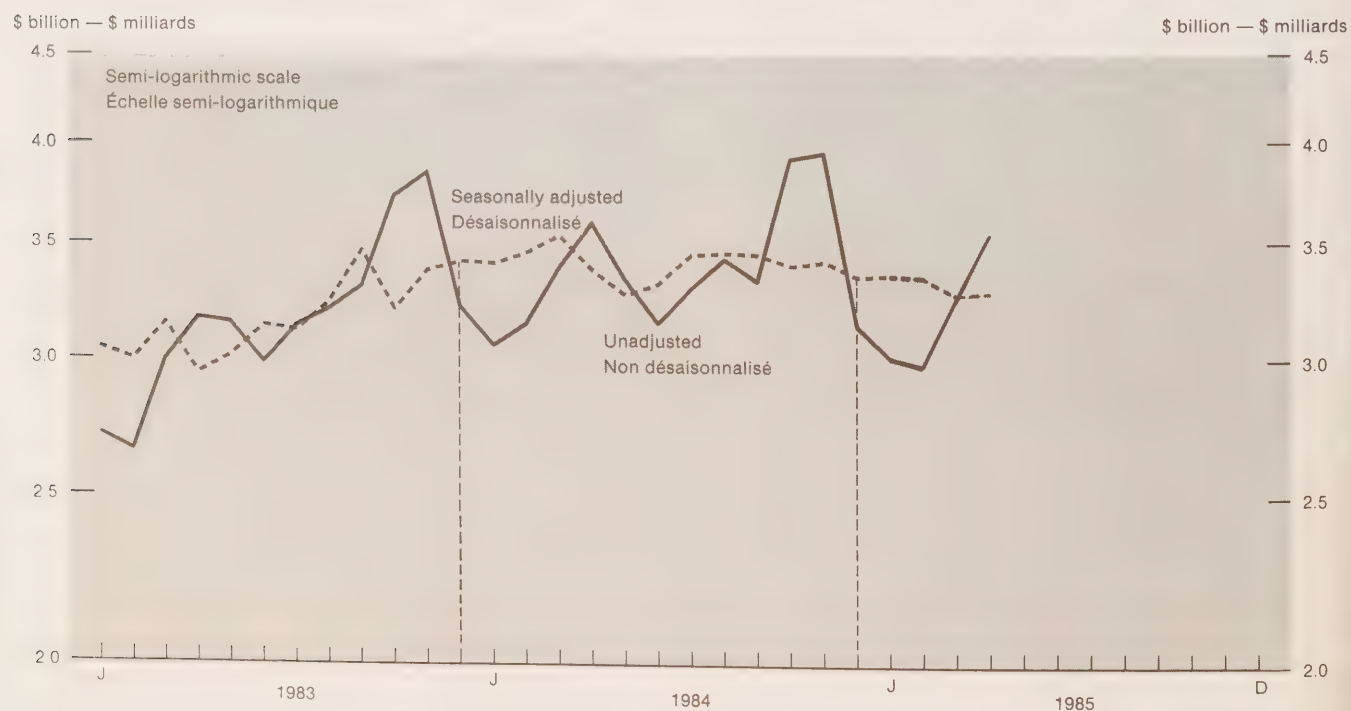


Chart — 2

Graphique — 2

# Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1983-1985





## Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1983-1985

## Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1983-1985

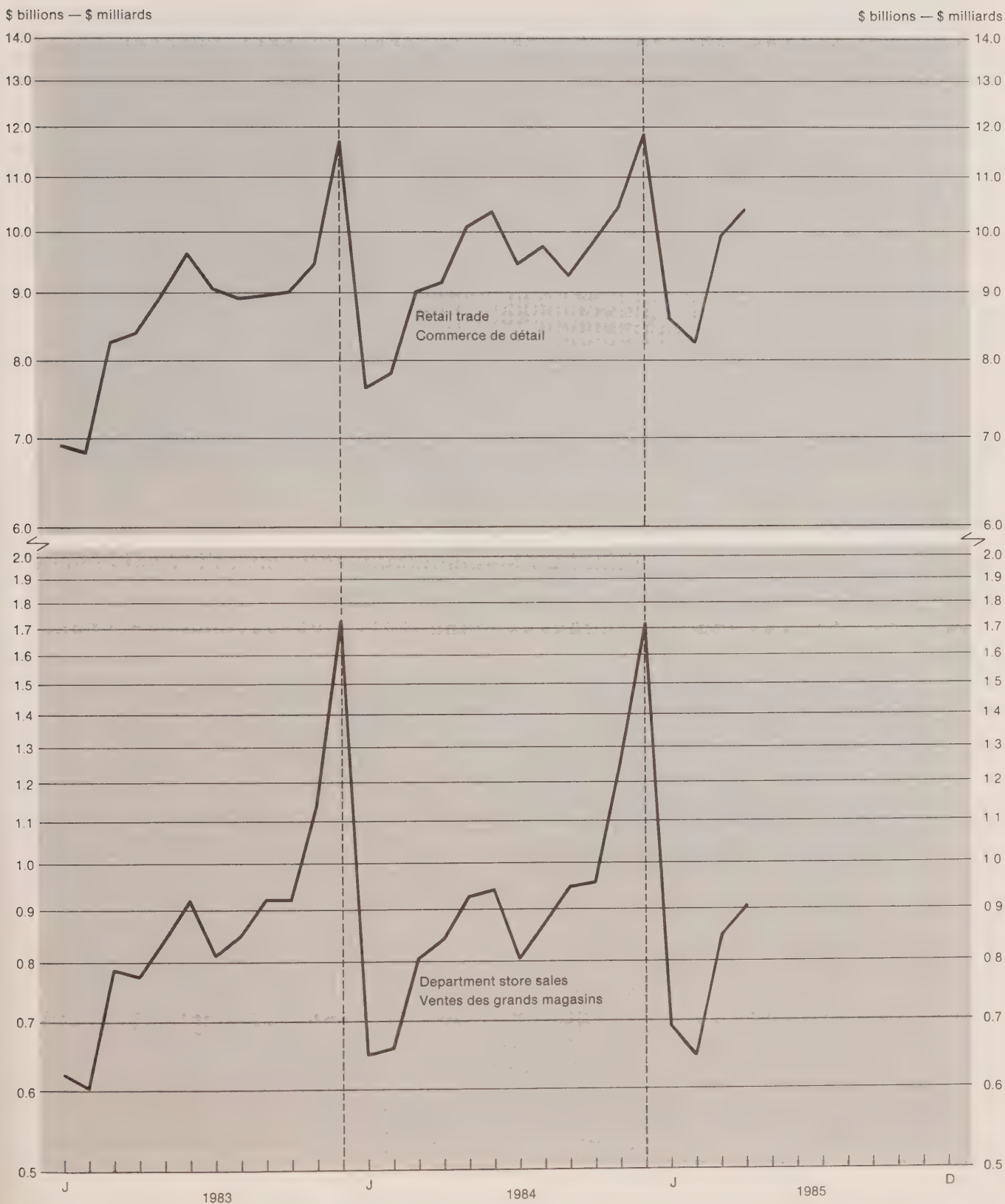


Chart — 4

Graphique — 4

## Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1983-1985

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1983-1985

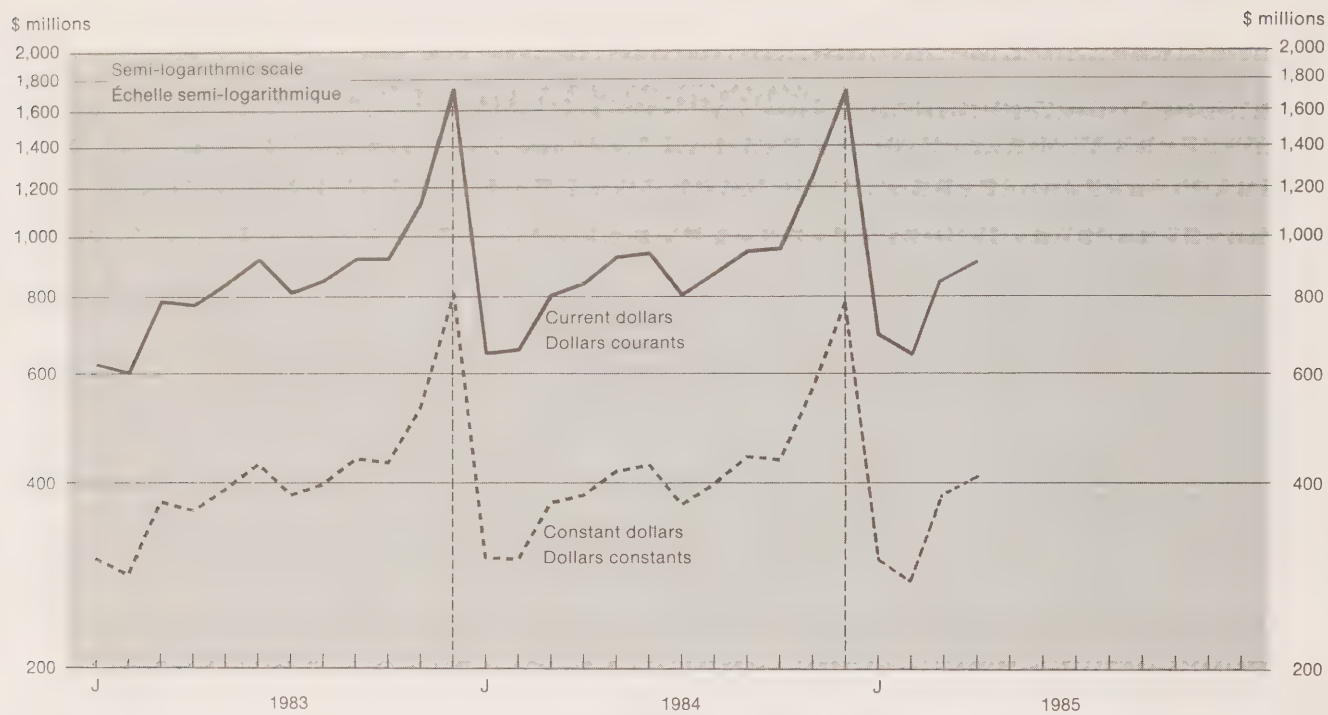
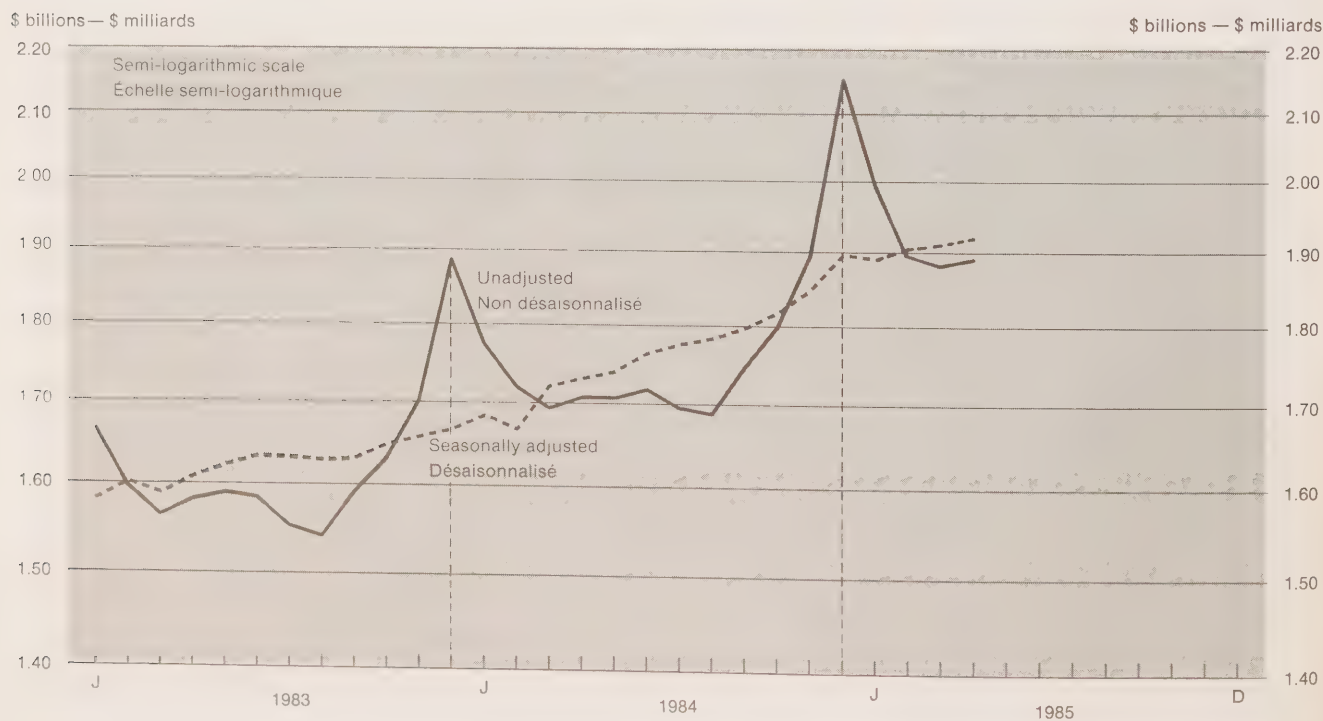


Chart — 5

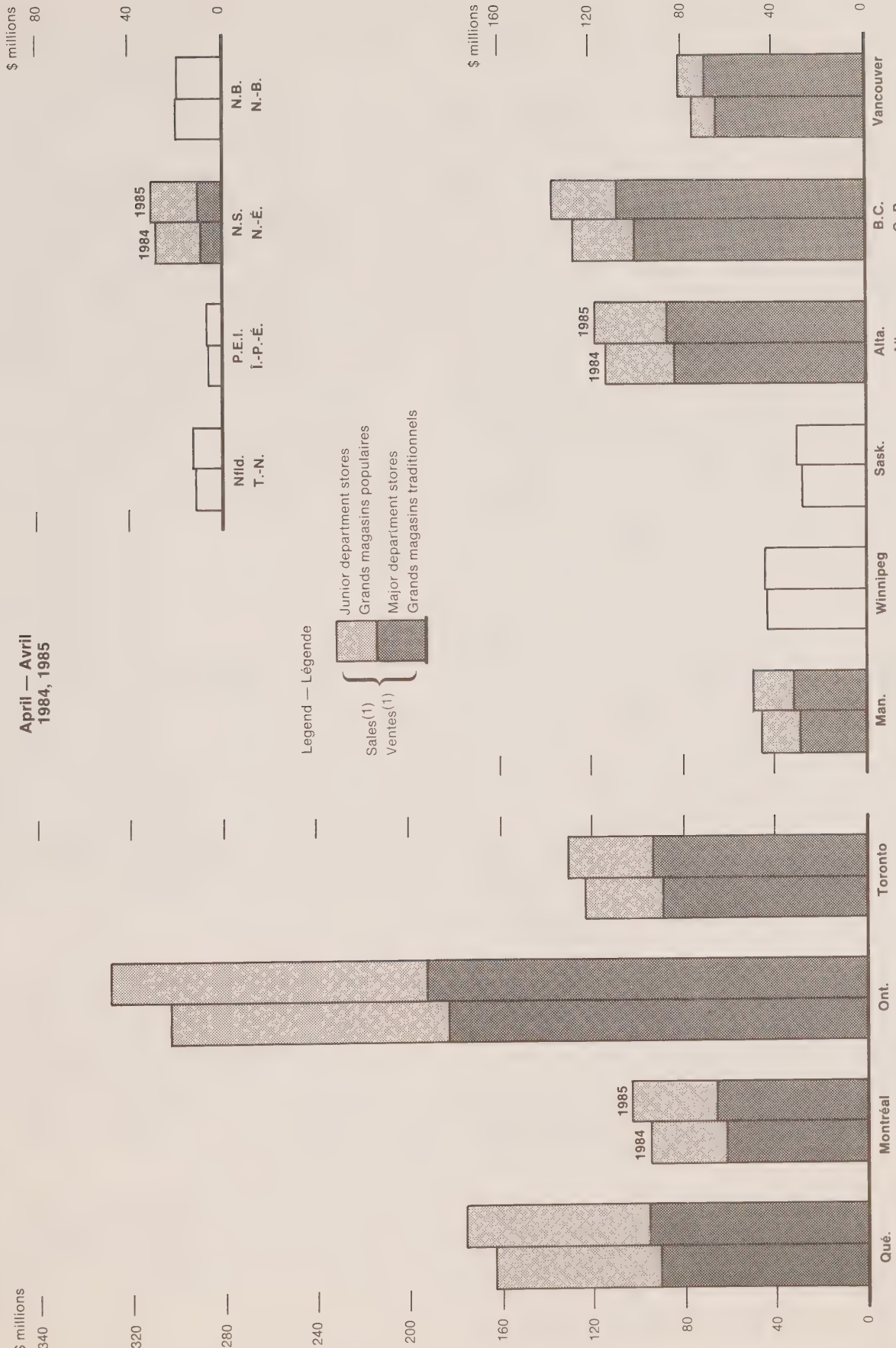
Graphique — 5

## Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1983-1985

Montants à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985



Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization  
Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations



(1) For reasons of confidentiality, the split between the two groups (Major — Junior) is not shown for some regions.  
(1) Pour des raisons de confidentialité, nous ne montrons pas, pour certaines régions, la subdivision en deux groupes (Traditionnels — Populaires).





## HIGHLIGHTS

### Seasonally Adjusted Sales

- Adjusted for seasonal fluctuations, holidays and the number of trading days, total department store sales in April 1985 decreased 1.5% to \$986.4 million from the revised March 1985 level of \$1,001.3 million. Among the 28 departments recording lower sales, the most notable decreases were reported in women's and misses' coats and suits (- 13.9%), men's and boys' footwear (- 11.9%) and girls' and teenage girls' wear (- 8.7%). The largest increases were recorded in hardware, paints, wallpaper, etc. (+ 14.8%), lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings (+ 4.4%) and furniture (+ 3.8%).

### Unadjusted Sales

- Unadjusted sales of department stores totalled \$901.4 million in April 1985, up 6.9% over the April 1984 level. Sales were higher in 31 of the 40 departments, with the most notable increases reported in hardware, paints, wallpaper, etc. (+ 30.1%), furniture (+ 17.3%) and toys and games (+ 16.9%). Major decreases were recorded in gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies (- 17.2%), plumbing, heating and building materials (- 14.5%) and piece goods (- 8.4%).
- At the provincial level, when compared to last year, department store sales decreased in New Brunswick (- 1.5%), while the remaining provinces reported higher sales. Increases ranged from 2.2% in Prince Edward Island to 8.8% in Ontario. All the ten metropolitan areas surveyed had higher sales with increases ranging from 1.6% in Edmonton to 9.6% in Quebec City.
- Sales by major department stores in April 1985 reached \$549.2 million, up 5.2% from the corresponding month a year earlier, while junior department stores had sales of \$352.2 million, up 9.7% over the same period last year.

## POINTS SAILLANTS

### Ventes désaisonnalisées

- Les ventes des grands magasins, corrigées en fonction des variations saisonnières, des congés et du nombre de journées d'affaires, ont diminué de 1.5% en avril 1985, en comparaison avec l'estimation des ventes du mois précédent (\$1,001.3 millions - chiffre révisé), pour s'établir à \$986.4 millions. Des 28 rayons qui ont signalé des baisses de leurs ventes, les diminutions les plus prononcées ont été enregistrées pour les rayons de manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles (- 13.9%), de chaussures pour hommes et garçons (- 11.9%) et de vêtements pour fillettes et d'adolescentes (- 8.7%). Par contre, les hausses les plus fortes ont été signalées dans les rayons de quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. (+ 14.8%), de lampes, tableaux, miroirs et tous les autres articles d'ameublement pour la maison (+ 4.4%) et de meubles (+ 3.8%).

### Ventes non désaisonnalisées

- Les ventes des grands magasins, sans ajustements saisonniers, ont totalisé \$901.4 millions en avril 1985, soit 6.9% de plus qu'en avril 1984. Des 40 rayons pour lesquels on recueille des données, 31 ont indiqué des gains. Les hausses les plus fortes ont été enregistrées dans les rayons de quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. (+ 30.1%), de meubles (+ 17.3%), et des jouets et jeux (+ 16.9%). Les baisses les plus notables ont été signalées dans les rayons d'essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures (- 17.2%), du matériel de plomberie, chauffage et construction (- 14.5%) et de tissus à la pièce (- 8.4%).
- Au niveau provincial, à l'exception du Nouveau-Brunswick (- 1.5%), qui a indiqué une baisse des ventes en avril 1985 par rapport à avril 1984, toutes les provinces ont signalé des hausses de leurs ventes, les gains s'échelonnant de 2.2% à l'Île-du-Prince-Édouard à 8.8% en Ontario. Toutes les régions métropolitaines (10) visées par l'enquête ont rapporté des hausses de leurs ventes variant de 1.6% à Edmonton à 9.6% à Québec.
- Les ventes des grands magasins traditionnels se sont chiffrées à \$549.2 millions en avril 1985, soit une hausse de 5.2% en comparaison avec les ventes enregistrées à pareille date l'année dernière. Les grands magasins populaires ont, quant à eux, rapporté des ventes s'élevant à \$352.2 millions, ce qui représente un gain de 9.7% comparativement à la même date en 1984.



- Cumulative unadjusted sales of all department stores for the first four months of 1985 reached \$3,089.7 million, an increase of 4.4% over the \$2,959.2 million reported for the same period in 1984.
- Department store sales constituted 8.7% of total retail trade in Canada in April 1985, a notable decline from the 9.1% share held in April 1984.
- In April 1985, there were 794 retail locations operated by department store organizations. This represents an increase of one store as compared to the number of stores reported for March 1985, and four less than what was recorded at the same time last year. Of this total number, 322 locations were operated by major department store organizations and 472 by junior department store organizations.

#### Stocks

- The unadjusted selling value of inventories held by department stores in April 1985 was \$3,540.7 million, down 1.8% from the corresponding month a year earlier. Seasonally adjusted department store stocks, totalled \$3,364.8 million, virtually unchanged from the previous month's revised value of \$3,363.7 million.

#### Accounts Receivable

- The total value of accounts receivable of all department store organizations in April 1985 amounted to \$1,897.0 million, up 0.7% from the \$1,884.1 million recorded in March 1985.

- Les ventes cumulatives, pour l'ensemble des grands magasins, ont atteint \$3,089.7 millions pour la période couvrant les quatre premiers mois de 1985, soit une augmentation de 4.4% par rapport aux \$2,959.2 millions rapportés pour la période correspondante l'an dernier.
- Les ventes totales des grands magasins ont représenté, à elles seules, 8.7% de l'ensemble du commerce de détail au Canada en avril 1985, soit un recul notable par rapport à la part de 9.1% détenue en avril 1984.
- En avril 1985, on a dénombré un total de 794 points de ventes au détail exploités par les sociétés des grands magasins, soit un magasin de plus qu'en mars 1985 et quatre de moins qu'en avril 1984. De ce total, 322 ont été exploités par les sociétés de grands magasins traditionnels et 472 par les sociétés de grands magasins populaires.

#### Stocks

- La valeur marchande, non désaisonnalisée, des stocks détenus en avril 1985 a diminué de 1.8% par rapport au mois correspondant l'année dernière pour s'établir à \$3,540.7 millions. La valeur désaisonnalisée des stocks, quant à elle, est restée presque inchangée comparative-ment au mois précédent (\$3,363.7 millions - chiffre révisé) et s'est élevée à \$3,364.8 millions.

#### Comptes à recevoir

- La valeur totale des créances à recouvrer par les sociétés de grands magasins s'est chiffrée à \$1,897.0 millions en avril 1985, soit 0.7% de plus que l'estimation enregistrée en mars 1985 (\$1,884.1 millions).

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985				1984		
		January	February	March	April	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,867	10,054	15,827	18,842	16,850	19,346	19,897
2	Women's and misses' coats and suits	13,162	12,112	21,186	17,185	16,834	10,555	7,796
3	Women's and misses' sportswear	33,141	38,002	55,553	58,259	50,434	60,318	63,868
4	Furs	5,127	3,539	1,705	1,236	701	495	482
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	18,380	18,267	23,097	24,333	25,788	21,139	23,522
6	Girls' and teenage girls' wear	8,774	9,727	18,744	17,933	15,842	15,655	15,651
7	Lingerie and women's sleepwear	11,844	12,085	15,449	16,045	15,886	19,366	19,095
8	Intimate apparel	9,077	7,928	11,305	11,711	10,625	11,251	12,097
9	Millinery	1,560	1,069	1,179	1,457	1,488	1,256	1,237
10	Women's and girls' hosiery	8,561	7,590	10,813	11,389	11,078	10,996	9,261
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	10,182	9,180	13,746	14,434	13,933	15,487	13,612
12	Women's, misses' and children's footwear	15,387	14,277	24,925	28,338	27,652	25,755	25,188
13	Men's clothing	23,420	23,040	35,906	37,181	33,537	34,627	41,712
14	Men's furnishings	26,318	26,319	39,157	40,122	38,004	40,994	58,045
15	Boys' clothing and furnishings	7,730	7,373	12,535	13,766	13,241	11,684	12,123
16	Men's and boys' footwear	10,677	9,187	16,026	17,360	18,153	15,798	18,794
17	Food and kindred products	51,900	61,856	56,138	63,290	59,159	64,695	54,753
18	Toiletries, cosmetics and drugs	44,181	43,798	50,385	49,880	43,965	48,821	45,701
19	Photographic equipment and supplies	8,696	7,143	9,237	9,744	9,614	11,310	13,650
20	Piece goods	2,809	3,130	4,149	3,304	3,606	4,057	3,560
21	Linens and domestics	31,393	18,082	24,667	24,800	22,107	27,815	28,514
22	Smallwares and notions	9,272	7,386	8,651	7,700	7,015	6,918	6,427
23	China and glassware	7,208	7,887	10,144	9,676	8,461	13,001	10,133
24	Floor coverings	8,851	9,143	11,711	12,475	12,379	11,903	11,259
25	Draperies, curtains and furniture coverings	9,904	9,771	13,429	14,418	15,244	16,665	15,895
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	5,569	4,787	6,403	7,095	7,154	7,543	6,680
27	Furniture	42,715	32,951	45,260	48,996	41,755	51,643	49,941
28	Major appliances	39,936	32,286	41,867	42,455	39,491	44,333	50,927
29	Television, radio and music	32,827	29,117	37,678	35,057	32,935	33,327	32,232
30	Housewares and small electrical appliances	25,526	26,051	26,031	28,339	28,742	33,438	35,006
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	20,892	16,554	22,570	34,262	26,333	38,045	35,478
32	Plumbing, heating and building materials	6,876	5,756	7,315	9,598	11,222	12,537	14,608
33	Jewellery	10,829	12,325	18,174	19,441	16,775	20,956	19,203
34	Toys and games	12,547	13,054	18,893	20,478	17,515	18,342	17,077
35	Sporting goods and luggage	18,858	16,132	20,308	26,535	25,963	31,750	34,266
36	Stationery, books and magazines	22,137	21,397	24,734	24,307	23,496	26,898	25,563
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	11,902	10,041	11,563	14,331	17,299	17,891	17,780
38	Meals and lunches	19,374	17,630	21,869	20,788	20,367	21,007	21,351
39	Repairs and services	10,898	9,123	11,565	10,986	9,553	10,430	10,862
40	All other departments	24,801	21,916	29,183	33,858	32,826	42,342	38,482
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	692,108	647,065	849,077	901,404	843,022	930,389	941,728

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984						Change Variation	Rayon	Nº
July	August	September	October	November	December	April 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Avril 1985/1984		
thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
14,527	16,610	15,545	16,077	17,081	22,831	+ 11.8	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
7,107	15,796	20,934	26,631	28,221	23,182	+ 2.1	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
45,814	51,007	65,785	56,248	64,239	78,205	+ 15.5	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
1,150	1,786	3,464	5,537	9,114	7,811	+ 76.3	Fourrures	4
18,921	27,253	25,928	26,838	29,012	36,901	- 5.6	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
11,910	26,247	19,159	15,231	22,441	23,697	+ 13.2	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
15,964	15,531	17,723	18,511	29,712	48,995	+ 1.0	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
10,175	10,574	11,857	9,940	11,570	15,153	+ 10.2	Sous-vêtements	8
1,136	1,140	1,855	2,716	4,273	4,013	- 2.1	Chapeaux	9
6,474	8,038	12,557	11,538	12,862	16,253	+ 2.8	Bas pour dames et fillettes	10
10,029	11,396	17,064	17,847	28,737	41,120	+ 3.6	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
18,077	24,640	31,867	29,925	34,475	32,200	+ 2.5	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
25,454	32,728	43,011	41,679	62,353	81,772	+ 10.9	Vêtements pour hommes	13
36,207	34,659	44,443	42,759	72,134	118,770	+ 5.6	Articles d'habillement pour hommes	14
9,824	20,360	13,500	13,041	17,219	24,605	+ 4.0	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
12,464	14,726	17,150	16,448	22,534	26,104	- 4.4	Chaussures pour hommes et garçons	16
51,819	60,156	54,011	59,062	79,422	86,944	+ 7.0	Produits alimentaires et connexes	17
44,666	46,450	49,117	51,859	68,184	126,980	+ 13.5	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
12,554	13,457	11,839	11,295	15,599	29,572	+ 1.4	Appareils et fournitures photographiques	19
3,229	3,842	4,249	4,530	4,704	3,605	- 8.4	Tissus à la pièce	20
30,586	29,930	32,010	27,969	33,925	46,184	+ 12.2	Literie et linge de maison	21
6,819	7,080	10,441	9,572	10,645	12,761	+ 9.8	Menus articles	22
10,291	9,358	11,727	11,760	20,210	37,306	+ 14.4	Porcelaine et verrerie	23
11,682	10,756	12,402	14,153	16,099	11,948	+ 0.8	Revêtements de plancher	24
15,380	13,939	15,563	15,731	17,663	17,044	- 5.4	Tentures, rideaux et housses	25
7,509	7,168	8,343	8,307	13,047	20,568	- 0.8	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
51,873	40,197	44,737	47,236	47,918	43,200	+ 17.3	Meubles	27
47,610	43,523	46,869	47,118	52,088	54,816	+ 7.5	Gros appareils ménagers	28
35,416	37,145	53,295	45,651	57,889	89,000	+ 6.4	Télévision, radio et musique	29
32,459	33,028	31,912	35,955	47,449	80,759	- 1.4	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
27,106	24,754	22,203	26,503	29,629	35,435	+ 30.1	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
11,210	9,789	9,339	10,353	10,639	11,442	- 14.5	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
16,213	16,949	20,787	17,998	29,894	67,633	+ 15.9	Bijouterie	33
17,864	17,840	20,513	31,689	62,080	91,424	+ 16.9	Jouets et jeux	34
29,212	24,133	20,752	19,092	28,011	47,844	+ 2.2	Articles de sport et valises	35
23,305	33,881	32,195	24,710	43,591	74,184	+ 3.5	Papeterie, livres et revues	36
14,861	17,428	13,686	19,614	20,963	21,877	- 17.2	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
20,066	21,536	20,778	21,952	26,163	32,636	+ 2.1	Repas et casse-croûtes	38
9,421	9,745	10,033	12,098	15,849	13,683	+ 15.0	Services et travaux de réparation	39
30,208	27,848	28,722	31,887	36,654	57,324	+ 3.1	Tous autres rayons	40
806,592	872,423	947,365	957,060	1,254,292	1,715,781	+ 6.9	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985(1)

Department	1985				1984		
	January	February	March <sup>T</sup>	April <sup>P</sup>	April	May	June
	Janvier	Février	Mars <sup>T</sup>	Avril <sup>P</sup>	Avril	Mai	Juin
No.	thousands of dollars						
	milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	16,279	15,795	17,758	16,962	15,880	15,110	16,338
2 Women's and misses' coats and suits	16,443	16,891	19,946	17,168	17,832	17,404	18,259
3 Women's and misses' sportswear	54,938	55,909	59,245	58,388	53,277	53,779	60,147
4 Furs	3,164	3,111	2,555	4,579	2,844	2,712	2,584
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	24,881	25,953	25,999	24,542	26,482	22,373	24,918
6 Girls' and teenage girls' wear	17,218	15,735	19,400	17,710	16,432	16,358	16,860
7 Lingerie and women's sleepwear	20,356	19,788	20,443	19,602	19,661	20,482	20,509
8 Intimate apparel	11,360	11,190	11,745	11,578	10,939	10,477	10,760
9 Millinery	1,974	1,917	1,949	1,968	2,094	1,944	1,953
10 Women's and girls' hosiery	10,653	10,544	11,216	10,795	10,958	10,849	10,585
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	17,288	17,260	17,785	16,818	16,422	16,667	16,481
12 Women's, misses' and children's footwear	25,658	25,496	26,839	25,919	26,708	24,679	25,136
13 Men's clothing	38,231	39,618	40,519	40,580	38,404	38,547	39,922
14 Men's furnishings	47,824	48,841	52,864	50,150	50,307	48,202	49,476
15 Boys' clothing and furnishings	14,071	13,853	14,660	13,791	13,595	12,723	13,449
16 Men's and boys' footwear	17,615	15,993	18,771	16,538	17,530	14,953	16,771
17 Food and kindred products	61,438	62,596	62,967	62,778	59,998	61,581	60,142
18 Toiletries, cosmetics and drugs	56,885	58,066	58,495	57,632	52,370	53,197	51,444
19 Photographic equipment and supplies	12,556	11,919	12,566	12,756	13,050	13,147	13,022
20 Piece goods	3,360	3,713	3,817	3,487	3,878	3,967	3,883
21 Linens and domestics	29,407	30,819	31,873	30,728	28,127	29,784	28,501
22 Smallwares and notions	8,670	8,923	9,340	8,927	8,338	8,621	8,292
23 China and glassware	12,588	12,669	13,280	13,529	12,147	13,146	12,973
24 Floor coverings	10,566	11,628	11,900	11,981	12,795	11,677	11,667
25 Draperies, curtains and furniture coverings	13,993	14,220	14,409	13,936	15,215	15,181	14,176
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7,585	7,882	8,215	8,574	9,234	8,963	8,489
27 Furniture	45,164	45,043	48,178	50,023	46,821	45,446	45,467
28 Major appliances	44,538	45,415	46,768	47,032	46,284	44,677	44,530
29 Television, radio and music	39,940	42,429	43,009	44,074	43,274	42,909	42,536
30 Housewares and small electrical appliances	36,843	35,867	36,644	35,060	35,625	35,599	36,492
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	29,058	26,480	28,516	32,743	27,781	27,437	27,980
32 Plumbing, heating and building materials	9,483	8,794	9,358	9,093	10,930	10,315	10,638
33 Jewellery	22,559	22,962	24,811	24,884	22,430	22,645	21,970
34 Toys and games	31,623	30,273	32,068	31,397	27,473	29,402	27,291
35 Sporting goods and luggage	27,258	28,226	27,382	27,326	26,554	26,401	26,066
36 Stationery, books and magazines	31,571	31,127	32,423	31,686	30,903	33,053	30,548
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	14,318	14,487	14,300	14,235	18,522	16,554	17,117
38 Meals and lunches	21,966	22,022	22,816	22,453	22,749	21,961	21,723
39 Repairs and services	12,324	11,202	11,876	11,577	10,510	10,586	10,896
40 All other departments	34,387	33,577	34,586	33,411	32,862	32,122	32,933
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	956,034	958,235	1,001,292	986,409	957,233	945,624	952,922

(1) The sum of the components may not equal to the total due to rounding.



TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1984 et 1985(1)

1984						Change - Variation		Rayon	No
July	August	September	October	November	December	April/ March 1985			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Avril/ mars 1985			
Thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
16,055	16,845	15,882	16,617	15,842	16,012	- 4.5		Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
16,774	14,729	17,333	16,392	17,232	16,572	- 13.9		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
54,537	53,278	53,486	55,615	56,579	54,511	- 1.4		Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
2,939	2,855	3,696	3,873	4,221	3,331	+ 79.2		Fourrures	4
22,823	24,678	24,553	24,422	24,817	24,467	- 5.6		Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
16,211	17,413	17,111	16,023	18,236	16,047	- 8.7		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
19,795	19,738	19,607	19,641	20,378	20,071	- 4.1		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
11,106	10,570	11,159	10,873	10,959	11,092	- 1.4		Sous-vêtements	8
1,983	1,793	2,052	1,982	2,028	1,680	+ 1.0		Chapeaux	9
9,773	10,117	10,667	10,291	10,520	10,290	- 3.8		Bas pour dames et fillettes	10
16,283	15,081	16,601	16,677	18,139	17,143	- 5.4		Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
24,729	25,056	25,283	25,169	25,627	25,317	- 3.4		Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
38,507	39,626	39,715	39,739	41,891	41,999	+ 0.1		Vêtements pour hommes	13
48,594	45,269	47,988	46,847	48,385	47,510	- 5.1		Articles d'habillement pour hommes	14
13,591	13,295	13,762	13,737	13,786	13,674	- 5.9		Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
16,188	15,990	15,880	16,187	16,627	16,975	- 11.9		Chaussures pour hommes et garçons	16
61,533	59,047	63,469	61,676	63,157	63,684	- 0.3		Produits alimentaires et connexes	17
54,455	52,375	56,312	54,878	57,870	57,555	- 1.5		Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
13,233	12,931	13,006	12,896	12,936	12,857	+ 1.5		Appareils et fournitures photographiques	19
4,176	3,836	3,755	3,781	3,797	3,629	- 8.6		Tissus à la pièce	20
29,681	29,133	29,269	28,038	30,857	29,597	- 3.6		Literie et linge de maison	21
8,442	8,126	8,877	8,357	8,515	8,762	- 4.4		Menus articles	22
13,334	11,792	12,990	13,600	13,583	13,907	+ 1.9		Porcelaine et verrerie	23
11,491	11,457	12,519	11,633	13,009	12,068	+ 0.7		Revêtements de plancher	24
14,840	14,276	15,352	14,812	15,110	14,833	- 3.3		Tentures, rideaux et housses	25
9,004	8,331	8,773	8,359	8,847	8,949	+ 4.4		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison	26
44,259	39,641	45,147	45,790	46,458	45,024	+ 3.8		Meubles	27
42,305	43,362	45,032	43,571	46,663	50,116	+ 0.6		Gros appareils ménagers	28
43,673	42,112	46,607	43,152	43,204	44,107	+ 2.5		Télévision, radio et musique	29
36,813	36,145	35,907	36,198	37,240	36,971	- 4.3		Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
28,029	27,024	24,887	25,922	27,767	26,309	+ 14.8		Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
10,255	9,878	10,329	9,798	9,967	10,763	- 2.8		Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
22,600	21,265	21,877	21,570	21,977	22,753	+ 0.3		Bijouterie	33
28,279	28,106	32,175	30,291	27,851	26,188	- 2.1		Jouets et jeux	34
26,343	26,484	25,763	25,614	27,099	25,640	- 0.2		Articles de sport et valises	35
31,595	30,702	31,829	29,518	32,280	31,347	- 2.3		Papeterie, livres et revues	36
16,197	17,495	16,480	16,849	15,825	16,567	- 0.5		Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
22,002	21,599	22,082	22,107	22,442	22,237	- 1.6		Repas et casse-croûtes	38
10,840	10,777	11,100	11,094	11,377	11,044	- 2.5		Services et travaux de réparation	39
33,407	31,198	34,068	34,937	34,994	34,397	- 3.4		Tous autres rayons	40
946,674	923,425	962,379	948,526	978,095	965,994	- 1.5		TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) La somme des composantes peut ne pas être égale au total en raison de l'arrondissement.

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

No.	Province	1985				1984	
		January	February	March	April	April	May
		Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai
		thousands of dollars - milliers de dollars					
1	Newfoundland	6,952	7,096	9,731	10,888	10,060	11,207
2	Prince Edward Island	4,074	3,852	4,567	5,274	5,160	5,553
3	Nova Scotia	18,630	18,740	25,876	28,657	26,951	27,399
4	New Brunswick	13,276	12,894	18,127	19,339	19,640	21,436
5	Quebec	130,436	121,067	160,174	175,359	162,154	184,124
6	Ontario	248,605	230,686	304,119	329,678	303,082	334,986
7	Manitoba	34,415	33,067	46,213	48,619	45,415	48,292
8	Saskatchewan	22,137	20,906	27,964	29,300	27,420	29,020
9	Alberta	97,925	91,754	117,811	117,594	113,327	124,268
10	British Columbia	115,658	107,002	134,497	136,697	127,668	141,495
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	2,145	2,608
12	CANADA	692,108	647,065	849,077	901,404	843,022	930,389

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985				1984	
		January	February	March	April	April	May
		Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai
		thousands of dollars - milliers de dollars					
1	Calgary	37,702	35,612	45,068	44,971	42,603	47,114
2	Edmonton	44,148	40,891	52,733	52,316	51,473	56,432
3	Halifax-Dartmouth	11,130	10,743	14,671	15,563	14,248	14,739
4	Hamilton	19,486	16,635	21,422	24,210	22,155	24,715
5	Montreal	78,812	73,022	94,865	102,956	94,533	105,975
6	Ottawa-Hull	30,661	27,879	37,643	38,845	37,466	42,693
7	Quebec City	18,428	16,465	21,969	23,695	21,611	27,559
8	Toronto	99,553	95,090	125,686	130,664	121,503	130,168
9	Vancouver	70,220	64,386	80,280	80,174	74,707	82,622
10	Winnipeg	31,341	29,981	41,482	43,706	41,273	43,720

TABLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1984 et 1985

1984						Change Variation	Province	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December	April 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Avril 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
9,442	11,317	11,141	12,329	16,271	23,157	+ 8.2	Terre-Neuve	1
6,177	6,375	5,490	5,624	7,412	10,707	+ 2.2	Île-du-Prince-Édouard	2
25,131	28,836	28,999	30,813	43,553	61,171	+ 6.3	Nouvelle-Écosse	3
18,421	20,079	20,138	21,328	30,789	40,972	- 1.5	Nouveau-Brunswick	4
150,887	163,813	176,106	182,239	230,121	311,798	+ 8.1	Québec	5
292,171	312,209	341,081	346,765	472,695	652,243	+ 8.8	Ontario	6
43,233	45,526	52,448	49,639	65,859	85,871	+ 7.1	Manitoba	7
26,331	27,248	31,473	30,177	41,146	53,485	+ 6.9	Saskatchewan	8
104,897	116,810	127,993	126,976	158,726	218,029	+ 3.8	Alberta	9
127,425	137,534	149,146	148,115	184,827	253,420	+ 7.1	Colombie-Britannique	10
2,478	2,674	3,350	3,054	2,894	4,928	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
<b>806,592</b>	<b>872,423</b>	<b>947,365</b>	<b>957,060</b>	<b>1,254,292</b>	<b>1,715,781</b>	<b>+ 6.9</b>	<b>CANADA</b>	<b>12</b>

TABLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

1984						Change Variation	Certaines zones métropolitaines	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December	April 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Avril 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
41,049	43,591	49,079	48,618	60,020	83,892	+ 5.6	Calgary	1
48,855	53,470	57,612	57,446	71,344	96,074	+ 1.6	Edmonton	2
13,030	15,745	16,665	17,572	24,904	32,904	+ 9.2	Halifax-Dartmouth	3
21,566	22,156	24,493	25,892	32,526	50,915	+ 9.3	Hamilton	4
84,768	93,911	106,689	108,137	138,914	190,400	+ 8.9	Montréal	5
34,535	38,390	42,719	44,593	56,416	73,494	+ 3.7	Ottawa-Hull	6
23,024	23,843	24,577	25,644	31,863	40,556	+ 9.6	Ville de Québec	7
114,163	119,291	139,209	139,154	188,655	263,715	+ 7.5	Toronto	8
72,695	78,140	88,171	87,881	108,850	148,953	+ 7.3	Vancouver	9
39,143	41,157	47,664	44,889	59,918	76,858	+ 5.9	Winnipeg	10

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

Province	1985				1984		
	January	February	March	April	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai	Juin
	thousands of dollars - milliers de dollars						
No.							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	7,353	6,567	9,188	9,717	8,153	8,116	8,257
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	75,980	67,700	90,490	95,938	91,181	103,437	99,753
6 Ontario	153,708	138,416	185,694	191,431	182,117	201,192	208,432
7 Manitoba	23,448	21,585	30,515	30,889	28,943	30,407	31,344
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	76,498	69,584	87,813	86,695	83,758	91,972	93,174
10 British Columbia	95,162	86,133	107,111	107,696	100,502	111,637	112,125
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	x	x	x
12 CANADA	453,711	409,143	537,063	549,234	522,096	577,533	584,661

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

Selected metropolitan areas	1985				1984		
	January	February	March	April	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai	Juin
	thousands of dollars - milliers de dollars						
No.							
1 Calgary	30,048	27,906	34,770	34,678	32,593	35,808	35,852
2 Edmonton	35,184	31,384	40,019	39,005	38,634	42,439	43,076
3 Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x
4 Hamilton	14,872	12,214	15,555	17,471	15,340	18,110	18,853
5 Montreal	51,972	47,044	61,779	65,112	61,340	67,703	65,971
6 Ottawa-Hull	19,758	16,730	23,497	22,833	23,107	26,767	25,979
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	72,416	69,020	93,501	93,067	87,985	93,328	98,375
9 Vancouver	62,059	56,067	69,426	68,968	64,039	70,877	71,257
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985

						Change Variation	Province	N <sup>o</sup>
1984								
July	August	September	October	November	December	April 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Avril 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
7,350	9,729	10,873	11,086	15,666	20,626	+ 19.2	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
84,105	90,369	106,580	107,600	135,411	173,829	+ 5.2	Québec	5
173,654	180,143	213,139	214,317	292,214	386,092	+ 5.1	Ontario	6
27,592	28,635	36,495	32,513	43,967	54,203	+ 6.7	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
76,448	86,398	97,543	94,529	120,054	160,601	+ 3.5	Alberta	9
99,403	107,152	120,456	118,969	148,121	198,033	+ 7.2	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
<b>496,195</b>	<b>530,591</b>	<b>619,430</b>	<b>611,524</b>	<b>799,105</b>	<b>1,049,201</b>	<b>+ 5.2</b>	<b>CANADA</b>	<b>12</b>

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]



TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

No.	Province	1985				1984	
		January	February	March	April	April	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Juin
		thousands of dollars - milliers de dollars					
1	Newfoundland	x	x	x	x	x	x
2	Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x
3	Nova Scotia	11,277	12,173	16,688	18,939	18,798	19,768
4	New Brunswick	x	x	x	x	x	x
5	Quebec	54,456	53,367	69,684	79,421	70,973	80,687
6	Ontario	94,898	92,269	118,425	138,246	120,965	133,794
7	Manitoba	10,967	11,482	15,698	17,729	16,471	17,885
8	Saskatchewan	x	x	x	x	x	x
9	Alberta	21,426	22,170	29,998	30,899	29,569	32,296
10	British Columbia	20,496	20,869	27,386	29,001	27,166	29,434
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	x	x
12	CANADA	238,397	237,922	312,014	352,171	320,926	352,855

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985				1984	
		January	February	March	April	April	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Juin
		thousands of dollars - milliers de dollars					
1	Calgary	7,655	7,707	10,298	10,293	10,010	11,306
2	Edmonton	8,965	9,507	12,714	13,311	12,839	13,756
3	Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x
4	Hamilton	4,614	4,421	5,868	6,739	6,815	7,069
5	Montreal	26,840	25,978	33,087	37,844	33,192	38,271
6	Ottawa-Hull	10,903	11,149	14,147	16,012	14,360	15,926
7	Quebec City	x	x	x	x	x	x
8	Toronto	27,136	26,070	32,185	37,597	33,518	36,840
9	Vancouver	8,161	8,320	10,854	11,206	10,668	11,746
10	Winnipeg	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985

1984						Change Variation	Province	No
July	August	September	October	November	December	April 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Avril 1985/1984		
Thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
17,781	19,107	18,126	19,727	27,887	40,544	+ 0.8	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
66,781	73,444	69,526	74,639	94,710	137,969	+ 11.9	Québec	5
118,517	132,066	127,942	132,448	180,480	266,151	+ 14.3	Ontario	6
15,641	16,892	15,953	17,126	21,892	31,669	+ 7.6	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
28,449	30,412	30,450	32,447	38,673	57,427	+ 4.5	Alberta	9
28,022	30,382	28,690	29,147	36,706	55,387	+ 6.8	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
<b>310,397</b>	<b>341,831</b>	<b>327,935</b>	<b>345,536</b>	<b>455,187</b>	<b>666,580</b>	<b>+ 9.7</b>	<b>CANADA</b>	<b>12</b>

TABLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

No.	Province	1985				1984	
		January	February	March	April	April	May
		Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai
		number - nombre					
1	Newfoundland	14	14	14	14	14	14
2	Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7
3	Nova Scotia	33	33	33	34	32	32
4	New Brunswick	27	27	27	27	27	27
5	Quebec	163	163	163	163	159	160
6	Ontario	297	297	297	297	298	298
7	Manitoba	38	38	38	38	38	38
8	Saskatchewan	32	32	32	32	31	31
9	Alberta	81	81	81	81	84	84
10	British Columbia	102	101	101	101	102	103
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	6	6
12	CANADA	794(1)	793	793	794	798	800

(1) The decrease of seven stores is due to the reclassification of these department stores to other kinds of business.

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985				1984	
		January	February	March	April	April	May
		Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai
		number - nombre					
1	Calgary	26	26	26	26	26	26
2	Edmonton	33	33	33	33	33	33
3	Halifax-Dartmouth	14	14	14	14	13	13
4	Hamilton	24	24	24	24	24	24
5	Montreal	76	76	76	76	75	75
6	Ottawa-Hull	32	32	32	32	33	33
7	Quebec City	22	22	22	22	20	20
8	Toronto	88	88	88	88	88	88
9	Vancouver	41	41	41	41	41	41
10	Winnipeg	30	30	30	30	30	30

TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1984 et 1985

1984							Province	N <sup>o</sup>
June	July	August	September	October	November	December		
Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre								
14	14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
32	32	33	33	33	33	33	Nouvelle-Écosse	3
27	27	27	27	27	27	27	Nouveau-Brunswick	4
160	160	160	160	161	163	163	Québec	5
298	298	297	297	298	298	298	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
31	31	31	31	32	32	32	Saskatchewan	8
84	84	81	81	81	81	81	Alberta	9
103	103	102	102	102	102	102	Colombie-Britannique	10
6	6	6	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
800	800	796	796	799	801	801	CANADA	12

(1) La baisse de sept magasins a été causée par la reclassification de ces magasins à d'autres genres de commerce.

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

1984								
June	July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	No.
Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre								
26	26	26	26	26	26	26	Calgary	1
33	33	33	33	33	33	33	Edmonton	2
13	13	14	14	14	14	14	Halifax-Dartmouth	3
24	24	24	24	24	24	24	Hamilton	4
75	75	75	75	75	76	76	Montréal	5
33	33	32	32	32	32	32	Ottawa-Hull	6
20	21	21	21	21	22	22	Ville de Québec	7
88	88	88	88	88	88	88	Toronto	8
41	41	41	41	41	41	41	Vancouver	9
30	30	30	30	30	30	30	Winnipeg	10

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

Province	1985				1984	
	January	February	March	April	April	May
	Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai
No.	number - nombre					
1 Newfoundland	6	6	6	6	8	8
2 Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3
3 Nova Scotia	7	7	7	7	6	6
4 New Brunswick	4	4	4	4	4	4
5 Quebec	55	55	55	55	55	55
6 Ontario	109	109	109	109	113	113
7 Manitoba	18	18	18	18	18	18
8 Saskatchewan	15	15	15	15	16	16
9 Alberta	46	46	46	46	49	49
10 British Columbia	60	59	59	59	61	61
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	5	5
12 CANADA	323	322	322	322	338	338

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

Selected metropolitan areas	1985				1984	
	January	February	March	April	April	May
	Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai
No.	number - nombre					
1 Calgary	14	14	14	14	14	14
2 Edmonton	18	18	18	18	18	18
3 Halifax-Dartmouth	6	6	6	6	5	5
4 Hamilton	14	14	14	14	14	14
5 Montreal	30	30	30	30	30	30
6 Ottawa-Hull	12	12	12	12	13	13
7 Quebec City	8	8	8	8	8	8
8 Toronto	40	40	40	40	40	40
9 Vancouver	26	26	26	26	26	26
10 Winnipeg	13	13	13	13	13	13



.....

---

---

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

No.	Province	1985				1984	
		January	February	March	April	April	May
		Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai
		number - nombre					
1	Newfoundland	8	8	8	8	6	6
2	Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4
3	Nova Scotia	26	26	26	27	26	26
4	New Brunswick	23	23	23	23	23	23
5	Quebec	108	108	108	108	104	105
6	Ontario	188	188	188	188	185	185
7	Manitoba	20	20	20	20	20	20
8	Saskatchewan	17	17	17	17	15	15
9	Alberta	35	35	35	35	35	35
10	British Columbia	42	42	42	42	41	42
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	1	1
12	CANADA	471	471	471	472	460	462

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985				1984	
		January	February	March	April	April	May
		Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai
		number - nombre					
1	Calgary	12	12	12	12	12	12
2	Edmonton	15	15	15	15	15	15
3	Halifax-Dartmouth	8	8	8	8	8	8
4	Hamilton	10	10	10	10	10	10
5	Montreal	46	46	46	46	45	45
6	Ottawa-Hull	20	20	20	20	20	20
7	Quebec City	14	14	14	14	12	13
8	Toronto	48	48	48	48	48	48
9	Vancouver	15	15	15	15	15	15
10	Winnipeg	17	17	17	17	17	17

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985

1984							Province	N <sup>o</sup>
June	July	August	September	October	November	December		
Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre								
6	6	8	8	8	8	8	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
26	26	26	26	26	26	26	Nouvelle-Écosse	3
23	23	23	23	23	23	23	Nouveau-Brunswick	4
105	105	106	106	106	108	108	Québec	5
185	185	187	187	188	188	188	Ontario	6
20	20	20	20	20	20	20	Manitoba	7
15	15	16	16	17	17	17	Saskatchewan	8
35	35	35	35	35	35	35	Alberta	9
42	42	42	42	42	42	42	Colombie-Britannique	10
1	1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
462	462	468	468	470	472	472	CANADA	12

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]

TABLE 15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985  
January-April

TABEAU 15. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985  
Janvier-avril

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1985/1984
		1984 <sup>r</sup>	1985	Variation 1985/1984
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	49,302	53,590	+ 8.7
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	62,245	63,645	+ 2.2
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et jeunes filles	168,680	184,955	+ 9.6
4	Furs - Fourrures	10,530	11,607	+ 10.2
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	82,510	84,077	+ 1.9
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	49,866	55,178	+ 10.7
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	55,023	55,423	+ 0.7
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	37,736	40,021	+ 6.1
9	Millinery - Chapeaux	4,968	5,265	+ 6.0
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	38,496	38,353	- 0.4
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	44,287	47,542	+ 7.3
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	79,635	82,927	+ 4.1
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	110,781	119,547	+ 7.9
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	126,684	131,916	+ 4.1
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillem- ent pour garçons	38,962	41,404	+ 6.3
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	51,419	53,250	+ 3.6
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	219,183	233,184	+ 6.4
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	171,265	188,244	+ 9.9
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	37,461	34,820	- 7.0
20	Piece goods - Tissus à la pièce	15,419	13,392	- 13.1
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	89,914	98,942	+ 10.0
22	Smallwares and notions - Menus articles	30,516	33,009	+ 8.2
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	33,311	34,915	+ 4.8
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	44,400	42,180	- 5.0
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	51,027	47,522	- 6.9
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26,250	23,854	- 9.1
27	Furniture - Meubles	155,756	169,922	+ 9.1
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	151,189	156,544	+ 3.5
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique	136,265	134,679	- 1.2
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	106,687	105,947	- 0.7
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	81,297	94,278	+ 16.0
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	35,983	29,545	- 17.9
33	Jewellery - Bijouterie	55,846	60,769	+ 8.8
34	Toys and games - Jouets et jeux	56,591	64,972	+ 14.8
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	76,950	81,833	+ 6.3
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	89,920	92,575	+ 3.0
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	61,760	47,837	- 22.5
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	79,729	79,661	- 0.1
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	36,983	42,572	+ 15.1
40	All other departments - Tous autres rayons	104,415	109,758	+ 5.1
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	2,959,241	3,089,654	+ 4.4

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985  
January-April

TABLEAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1984 et 1985  
Janvier-avril

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	31,907	34,667	+ 8.7
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	16,798	17,767	+ 5.8
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	83,286	91,903	+ 10.3
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	61,204	63,636	+ 4.0
Québec	551,382	587,036	+ 6.5
Ontario	1,049,414	1,113,088	+ 6.1
Manitoba	155,110	162,314	+ 4.6
Saskatchewan	98,081	100,307	+ 2.3
Alberta	418,963	425,084	+ 1.5
British Columbia - Colombie-Britannique	484,401	493,854	+ 2.0
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	8,693	-	...
CANADA	2,959,241	3,089,654	+ 4.4

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985  
January-April

TABLEAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines,  
1984 et 1985  
Janvier-avril

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
Certaines zones métropolitaines	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	158,347	163,353	+ 3.2
Edmonton	191,045	190,088	- 0.5
Halifax-Dartmouth	45,650	52,107	+ 14.1
Hamilton	78,249	81,753	+ 4.5
Montréal	327,534	349,655	+ 6.8
Ottawa-Hull	129,332	135,028	+ 4.4
Quebec City - Ville de Québec	77,632	80,557	+ 3.8
Toronto	422,292	450,993	+ 6.8
Vancouver	288,075	295,060	+ 2.4
Winnipeg	140,930	146,510	+ 4.0



TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985  
January-April

TABLERAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985  
Janvier-avril

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>r</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	26,449	32,825	+ 24.1
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	318,201	330,108	+ 3.7
Ontario	649,281	669,249	+ 3.1
Manitoba	103,266	106,437	+ 3.1
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	321,226	320,590	- 0.2
British Columbia - Colombie-Britannique	391,748	396,102	+ 1.1
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	-	...
CANADA	1,911,501	1,949,151	+ 2.0

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985  
January-April

TABLERAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985  
Janvier-avril

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>r</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	124,861	127,402	+ 2.0
Edmonton	148,752	145,592	- 2.1
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	57,240	60,112	+ 5.0
Montréal	215,176	225,907	+ 5.0
Ottawa-Hull	82,562	82,818	+ 0.3
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	310,140	328,004	+ 5.8
Vancouver	251,089	256,520	+ 2.2
Winnipeg	x	x	x

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985  
January-April

TABLEAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985  
Janvier-avril

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	56,838	59,077	+ 3.9
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	233,180	256,928	+ 10.2
Ontario	400,134	443,838	+ 10.9
Manitoba	51,843	55,876	+ 7.8
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	97,737	104,493	+ 6.9
British Columbia - Colombie-Britannique	92,655	97,752	+ 5.5
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	-	...
CANADA	1,047,742	1,140,504	+ 8.9

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985  
January-April

TABLEAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines,  
1984 et 1985  
Janvier-avril

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	33,486	35,953	+ 7.4
Edmonton	42,292	44,497	+ 5.2
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	21,009	21,642	+ 3.0
Montréal	112,355	123,749	+ 10.1
Ottawa-Hull	46,771	52,211	+ 11.6
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	112,153	122,988	+ 9.7
Vancouver	36,987	38,541	+ 4.2
Winnipeg	x	x	x

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1983-1985

TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1983-1985

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution
	'000	%	'000	%	'000	%
<b>1983:</b>						
January - Janvier	623,021	100.0	416,075	66.8	206,946	33.2
February - Février	603,808	100.0	400,059	66.3	203,749	33.7
March - Mars	787,544	100.0	517,493	65.7	270,051	34.3
April - Avril	775,226	100.0	496,409	64.0	278,817	36.0
May - Mai	842,133	100.0	524,430	62.3	317,702	37.7
June - Juin	920,150	100.0	578,341	62.9	341,809	37.1
July - Juillet	813,746	100.0	510,481	62.7	303,265	37.3
August - Août	850,885	100.0	528,907	62.2	321,978	37.8
September - Septembre	922,067	100.0	609,641	66.1	312,425	33.9
October - Octobre	922,014	100.0	605,042	65.6	316,972	34.4
November - Novembre	1,138,763	100.0	741,909	65.2	396,854	34.8
December - Décembre	1,731,121	100.0	1,078,633	62.3	652,488	37.7
Year - Année	10,930,478	100.0	7,007,420	64.1	3,923,056	35.9
<b>1984:</b>						
January - Janvier	649,626	100.0	433,177	66.7	216,450	33.3
February - Février	659,594	100.0	426,537	64.7	233,057	35.3
March - Mars	806,999	100.0	529,691	65.6	277,309	34.4
April - Avril	843,022	100.0	522,096	61.9	320,926	38.1
May - Mai	930,389	100.0	577,533	62.1	352,855	37.9
June - Juin	941,728	100.0	584,661	62.1	357,066	37.9
July - Juillet	806,592	100.0	496,195	61.5	310,397	38.5
August - Août	872,423	100.0	530,591	60.8	341,831	39.2
September - Septembre	947,365	100.0	619,430	65.4	327,935	34.6
October - Octobre	957,060	100.0	611,524	63.9	345,536	36.1
November - Novembre	1,254,292	100.0	799,105	63.7	455,187	36.3
December - Décembre	1,715,781	100.0	1,049,201	61.2	666,580	38.8
Year - Année	11,384,871	100.0	7,179,741	63.1	4,205,129	36.9
<b>1985:</b>						
January - Janvier	692,108	100.0	453,711	65.6	238,397	34.4
February - Février	647,065	100.0	409,143	63.2	237,922	36.8
March - Mars	849,077	100.0	537,063	63.3	312,014	36.7
April - Avril	901,404	100.0	549,234	60.9	352,171	39.1
May - Mai						
June - Juin						
July - Juillet						
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1983-1985  
April

TABLEAU 23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1983-1985  
Avril

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1985/1984
	1983	1984	1985	Variation 1985/1984
Province et certaines zones métropolitaines	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	5.7	6.1	6.0	- 1.6
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	12.7	12.4	12.2	- 1.6
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	7.8	8.4	7.8	- 7.1
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	7.7	8.4	7.6	- 9.5
Québec	6.8	6.7	6.6	- 1.5
Ontario	9.0	8.9	8.5	- 4.5
Manitoba	12.9	12.6	11.7	- 7.1
Saskatchewan	7.1	7.7	7.7	-
Alberta	12.2	12.1	11.1	- 8.3
British Columbia - Colombie-Britannique	12.9	12.5	12.2	- 2.4
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	10.5	8.4	...	...
<b>CANADA</b>	<b>9.2</b>	<b>9.1</b>	<b>8.7</b>	<b>- 4.4</b>
Montréal	8.5	8.3	8.3	-
Toronto	9.9	9.7	9.2	- 5.2
Winnipeg	17.6	17.4	16.0	- 8.0
Vancouver	15.1	14.4	14.0	- 2.8

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985				1984			
		January	February	March	April	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars				milliers de dollars			
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	39,185	43,993	56,955	60,797	60,729	51,198	40,413	55,968
2	Women's and misses' coats and suits	48,419	65,516	68,340	61,861	42,712	28,513	26,471	59,431
3	Women's and misses' sportswear	128,354	150,980	171,399	178,900	181,659	172,112	147,677	155,739
4	Furs	23,715	19,658	14,917	27,476	18,230	22,679	22,198	25,502
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	71,653	67,973	77,245	89,457	95,823	81,845	79,161	90,156
6	Girls' and teenage girls' wear	37,234	51,030	59,132	54,914	46,436	47,237	40,352	53,772
7	Lingerie and women's sleepwear	44,161	42,405	47,653	55,747	61,133	55,541	48,049	49,371
8	Intimate apparel	46,429	41,490	43,624	45,951	42,123	40,238	38,473	37,751
9	Millinery	3,119	3,418	2,548	3,521	3,107	2,794	2,424	2,945
10	Women's and girls' hosiery	37,889	34,836	38,986	42,035	37,777	32,810	29,133	30,118
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	49,934	48,511	53,600	57,748	57,730	50,237	41,822	47,291
12	Women's, misses' and children's footwear	87,816	99,585	121,486	122,004	128,926	104,899	92,464	98,607
13	Men's clothing	124,638	156,531	171,752	194,346	167,382	159,398	137,113	150,094
14	Men's furnishings	143,096	145,075	166,369	193,067	172,454	172,977	140,513	133,222
15	Boys' clothing and furnishings	42,748	45,631	47,836	46,461	44,747	38,344	36,281	51,349
16	Men's and boys' footwear	59,521	57,489	76,236	80,077	90,012	83,054	70,005	73,069
17	Food and kindred products	41,847	35,361	37,872	38,427	45,505	25,906	33,843	32,309
18	Toiletries, cosmetics and drugs	255,555	208,248	225,060	236,131	223,387	194,867	196,312	210,831
19	Photographic equipment and supplies	55,504	44,500	49,665	52,185	64,343	55,047	55,856	56,342
20	Piece goods	17,949	16,873	21,571	18,654	26,987	24,990	24,546	24,526
21	Linens and domestics	128,300	127,853	134,314	146,716	151,307	152,652	143,760	142,578
22	Smallwares and notions	38,175	35,879	37,555	44,184	47,608	43,453	46,057	46,679
23	China and glassware	68,077	74,719	66,029	85,463	97,929	98,860	85,908	92,347
24	Floor coverings	50,742	47,734	49,746	51,134	59,565	56,148	59,150	60,632
25	Draperies, curtains and furniture coverings	70,093	60,655	65,910	68,661	77,473	74,976	70,820	72,673
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	56,372	53,190	57,261	60,255	58,724	50,640	54,488	58,424
27	Furniture	145,059	145,868	149,735	157,566	202,861	179,016	184,226	184,995
28	Major appliances	67,296	72,678	74,982	76,661	71,501	62,719	64,620	65,513
29	Television, radio and music	133,537	128,146	140,488	153,594	169,674	160,260	160,500	156,545
30	Housewares and small electrical appliances	164,939	151,991	157,505	174,480	193,248	183,963	190,313	187,696
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	116,518	120,579	142,450	148,268	144,568	144,887	149,161	137,559
32	Plumbing, heating and building materials	24,231	21,786	31,394	24,392	38,073	27,226	26,519	27,449
33	Jewellery	109,160	96,901	167,128	113,812	129,764	129,109	117,711	124,710
34	Toys and games	112,665	109,764	121,590	141,558	106,405	92,358	90,917	102,536
35	Sporting goods and luggage	113,507	110,606	133,988	160,378	160,382	158,733	137,362	133,043
36	Stationery, books and magazines	135,422	125,423	130,744	139,442	143,880	148,688	140,628	156,284
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	53,925	50,203	53,851	54,543	55,488	53,543	52,141	47,221
38	Meals and lunches	985	539	654	646	1,588	532	641	895
39	Repairs and services	5,461	5,566	6,085	6,380	5,566	5,437	5,587	5,629
40	All other departments	58,419	50,976	61,896	72,766	79,466	70,708	64,503	64,053
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,011,649	2,970,159	3,275,551	3,540,658	3,606,272	3,338,594	3,148,118	3,305,854

(1) At selling value.



TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984					Change - Variation		Rayon	N <sup>o</sup>
August	September	October	November	December	April/ March 1985	April 1985/1984		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Avril/ mars 1985	Avril 1985/1984		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
54,552	54,325	64,109	57,551	45,548	+ 6.7	+ 0.1	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
69,865	83,396	88,387	70,525	50,707	- 9.5	+ 44.8	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
189,720	174,379	195,689	192,828	134,161	+ 4.4	- 1.5	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
26,370	25,303	35,994	29,500	25,339	+ 84.2	+ 50.7	Fournitures	4
93,299	85,719	91,718	86,785	80,801	+ 15.8	- 6.6	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
50,212	50,309	56,701	54,375	34,598	- 7.1	+ 18.3	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
52,703	50,448	66,483	81,616	44,897	+ 17.0	- 8.8	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
39,720	35,693	44,763	49,442	45,665	+ 5.3	+ 9.1	Sous-vêtements	8
4,342	4,276	4,267	6,080	5,211	+ 38.2	+ 13.3	Chapeaux	9
37,850	33,092	36,982	39,445	36,027	+ 7.8	+ 11.3	Bas pour dames et fillettes	10
51,018	54,376	71,298	82,743	55,141	+ 7.7	--	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
112,635	104,743	111,899	107,316	92,122	+ 0.4	- 5.4	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
156,845	166,401	213,654	222,868	146,065	+ 13.2	+ 16.1	Vêtements pour hommes	13
38,715	40,887	54,604	47,655	35,467	+ 16.0	+ 12.0	Articles d'habillement pour hommes	14
38,715	40,887	54,604	47,655	35,467	- 2.9	+ 3.8	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
77,227	72,378	84,660	79,040	63,630	+ 5.0	- 11.0	Chaussures pour hommes et garçons	16
27,184	34,765	45,449	51,232	23,221	+ 1.5	- 15.6	Produits alimentaires et connexes	17
202,695	207,561	260,388	284,466	204,522	+ 4.9	+ 5.7	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
54,921	50,689	66,460	58,862	43,806	+ 5.1	- 18.9	Appareils et fournitures photographiques	19
28,082	24,503	29,270	27,108	24,799	- 13.5	- 30.9	Tissus à la pièce	20
135,577	129,818	138,764	154,748	147,039	+ 9.2	- 3.0	Literie et linge de maison	21
44,671	39,451	44,535	41,168	46,044	+ 17.7	- 7.2	Menus articles	22
92,925	83,388	91,822	97,373	93,193	+ 29.4	- 12.7	Porcelaine et verrerie	23
59,094	54,461	54,344	49,781	54,776	+ 2.8	- 14.2	Revêtements de plancher	24
72,848	72,866	75,403	76,311	73,250	+ 4.2	- 11.4	Tentures, rideaux et housses	25
56,377	65,919	75,621	75,656	53,262	+ 5.2	+ 2.6	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
164,184	162,420	179,951	151,221	179,768	+ 5.2	- 22.3	Meubles	27
61,663	61,703	78,446	80,775	74,426	+ 2.2	+ 7.2	Gros appareils ménagers	28
157,612	146,567	172,697	181,676	149,533	+ 9.3	- 9.5	Télévision, radio et musique	29
192,066	173,568	180,228	200,634	146,834	+ 10.8	- 9.7	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
143,973	127,890	146,733	138,855	130,912	+ 4.1	+ 2.6	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
27,644	27,500	29,249	28,862	33,964	- 22.3	- 35.9	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
122,027	115,670	141,229	149,624	109,540	+ 6.2	- 12.3	Bijouterie	33
108,873	126,251	151,085	181,040	104,574	+ 16.4	+ 33.0	Jouets et jeux	34
128,045	129,385	165,201	153,366	126,179	+ 19.7	--	Articles de sport et valises	35
147,075	151,325	153,559	189,350	132,241	+ 6.7	- 3.1	Papeterie, livres et revues	36
50,572	46,063	49,132	51,924	62,989	+ 1.3	- 1.7	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
539	458	605	399	166	- 1.2	- 59.3	Repas et casse-croûtes	38
5,802	5,150	5,593	5,996	5,584	+ 4.8	+ 14.6	Services et travaux de réparation	39
63,803	63,363	93,081	91,309	57,384	+ 17.6	- 8.4	Tous autres rayons	40
3,432,564	3,323,718	3,867,841	3,944,469	3,138,618	+ 8.1	- 1.8	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985(1)

		1985				1984		
		January	February	March <sup>F</sup>	April <sup>P</sup>	April	May	June
Department		Janvier	Février	Mars <sup>F</sup>	Avril <sup>P</sup>	Avril	Mai	Juin
No.		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	45,735	48,351	51,442	50,537	50,100	47,584	47,398
2	Women's and misses' coats and suits	63,109	72,588	75,059	78,291	55,104	49,038	45,424
3	Women's and misses' sportswear	156,229	168,626	165,149	160,758	159,606	159,241	165,104
4	Furs	24,319	23,183	17,231	32,601	21,405	24,917	25,361
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	87,294	81,222	81,633	81,827	86,174	84,066	85,082
6	Girls' and teenage girls' wear	52,472	57,295	55,281	51,632	41,866	45,990	45,915
7	Lingerie and women's sleepwear	52,685	50,921	50,257	50,947	55,573	53,775	54,671
8	Intimate apparel	43,418	43,447	43,864	44,224	40,503	39,581	41,230
9	Millinery	3,225	4,032	3,996	3,693	4,185	3,504	4,036
10	Women's and girls' hosiery	42,233	38,777	39,196	39,274	34,985	32,186	31,311
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	56,562	53,744	52,802	54,252	53,811	52,281	51,738
12	Women's, misses' and children's footwear	104,248	108,220	110,418	106,464	111,086	98,107	96,210
13	Men's clothing	170,022	179,364	175,343	186,439	163,711	166,489	160,430
14	Men's furnishings	171,230	168,225	173,855	180,044	161,908	165,657	160,471
15	Boys' clothing and furnishings	46,768	46,896	47,786	45,926	43,495	42,077	42,239
16	Men's and boys' footwear	68,620	67,613	75,089	71,485	80,132	74,743	74,128
17	Food and kindred products(2)	41,847	35,361	37,872	38,427	45,505	25,906	33,843
18	Toiletries, cosmetics and drugs	234,101	237,087	235,811	232,325	217,162	205,940	211,988
19	Photographic equipment and supplies	56,353	50,418	52,073	49,632	60,342	53,575	57,778
20	Piece goods	21,035	19,459	20,072	19,170	26,901	25,164	25,682
21	Linens and domestics	137,967	131,311	135,121	136,631	140,059	138,691	142,561
22	Smallwares and notions	42,947	41,671	42,114	40,900	43,302	40,059	42,826
23	China and glassware	78,341	78,179	69,539	85,811	98,774	96,186	91,383
24	Floor coverings	51,721	50,635	50,067	49,626	58,063	53,747	55,811
25	Draperies, curtains and furniture coverings	69,592	65,138	65,492	65,307	73,198	73,413	72,644
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	62,811	60,024	58,836	60,864	58,228	48,746	55,758
27	Furniture	157,052	161,100	149,263	143,167	179,858	165,635	184,509
28	Major appliances	67,686	69,887	72,776	72,558	67,656	63,702	68,942
29	Television, radio and music	144,051	143,799	143,539	146,517	162,095	158,961	160,992
30	Housewares and small electrical appliances	166,519	166,956	168,777	166,229	180,662	181,934	187,389
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	133,304	136,677	140,635	141,586	138,034	134,491	139,038
32	Plumbing, heating and building materials	25,569	24,710	30,157	23,437	33,677	27,997	29,649
33	Jewellery	113,695	107,558	110,032	109,892	123,211	126,112	123,894
34	Toys and games	134,627	140,955	144,131	141,821	105,814	105,317	107,435
35	Sporting goods and luggage	140,751	136,655	141,737	138,439	137,191	138,495	135,355
36	Stationery, books and magazines	151,387	151,372	150,936	140,378	141,451	142,105	139,597
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	56,066	55,617	57,004	52,993	52,396	51,873	54,951
38	Meals and lunches(2)	985	539	654	646	1,588	532	641
39	Repairs and services	5,549	5,890	6,162	6,167	5,476	5,616	5,592
40	All other departments	72,147	64,799	62,522	62,941	67,553	66,144	67,069
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,014,739	2,971,223	3,363,710	3,364,846	3,609,403	3,336,505	3,148,321

(1) The sum of the components may not equal to the total due to rounding.

(2) Due to the absence of seasonality, the seasonally adjusted data are equal to the unadjusted data.

TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1984 et 1985(1)

1984						Change - Variation		Rayon	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December	April/ March 1985			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Avril/ mars 1985			
Thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
57,360	59,303	58,302	55,305	51,519	51,690	- 1.8		Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
52,364	55,865	55,365	57,820	57,334	60,646	+ 4.3		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
163,481	185,800	174,624	170,026	164,708	158,595	- 2.7		Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
28,012	26,237	22,097	26,924	24,465	23,765	+ 89.2		Fourrures	4
77,030	91,267	85,017	78,067	83,123	84,064	+ 0.2		Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
44,595	47,761	47,160	49,206	48,746	45,973	- 6.6		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
54,514	54,728	53,202	52,728	56,677	52,756	+ 1.4		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
39,875	41,838	42,224	42,421	43,037	43,629	+ 0.8		Sous-vêtements	8
3,990	5,044	4,212	3,174	3,272	3,300	+ 17.4		Chapeaux	9
31,065	34,683	34,364	33,845	35,030	38,213	+ 0.2		Bas pour dames et fillettes	10
53,336	54,592	55,964	55,499	59,415	62,089	+ 2.7		Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
101,254	112,744	107,702	103,100	105,768	101,735	- 3.6		Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
162,198	194,243	177,808	177,252	175,846	171,862	+ 6.3		Vêtements pour hommes	13
139,057	158,454	160,717	164,786	176,792	179,390	+ 3.6		Articles d'habillement pour hommes	14
41,011	42,384	41,557	43,428	43,446	43,266	- 3.9		Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
73,579	76,511	76,697	73,421	72,821	70,339	- 4.8		Chaussures pour hommes et garçons	16
32,309	27,184	34,765	45,449	51,232	23,221	+ 1.5		Produits alimentaires et connexes(2)	17
216,819	217,873	227,709	220,511	227,475	218,036	- 1.5		Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
55,837	55,948	54,870	53,988	52,736	50,988	- 4.7		Appareils et fournitures photographiques	19
24,508	26,288	26,183	25,550	25,786	23,485	- 4.5		Tissus à la pièce	20
144,183	144,914	149,824	142,174	143,742	138,795	+ 1.1		Literie et linge de maison	21
42,534	43,390	42,479	43,407	42,959	43,526	- 2.9		Menus articles	22
94,004	91,602	89,988	86,530	86,667	80,556	+ 23.4		Porcelaine et verrerie	23
58,026	58,053	61,841	54,694	53,537	50,665	- 0.9		Revêtements de plancher	24
73,219	74,956	78,068	72,640	75,034	70,318	- 0.3		Tentures, rideaux et housses	25
58,215	54,681	67,184	63,752	66,364	60,650	+ 3.4		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
184,422	176,570	180,083	174,170	158,399	157,244	- 4.1		Meubles	27
69,078	68,011	69,280	79,508	72,780	66,992	- 0.3		Gros appareils ménagers	28
161,247	161,355	161,211	156,062	156,073	148,043	+ 2.1		Télévision, radio et musique	29
187,505	192,938	181,122	172,777	171,629	162,725	- 1.5		Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
133,051	140,158	139,001	138,168	137,637	133,263	+ 0.7		Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
29,057	29,418	29,381	29,148	27,405	26,876	- 22.3		Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
127,508	126,294	127,368	125,262	121,914	118,413	- 0.1		Bijouterie	33
111,768	104,869	103,383	96,097	132,107	150,202	- 1.6		Jouets et jeux	34
135,186	139,765	135,992	134,860	136,746	138,495	- 2.3		Articles de sport et valises	35
140,492	141,121	150,796	135,802	156,139	155,668	- 7.0		Papeterie, livres et revues	36
49,789	51,420	48,212	45,518	50,299	54,114	- 7.0		Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
895	539	458	605	399	166	- 1.2		Repas et casse-croûtes(2)	38
5,567	5,655	5,268	5,427	5,607	5,604	+ 0.1		Services et travaux de réparation	39
67,184	68,485	67,308	74,441	71,360	66,685	+ 0.7		Tous autres rayons	40
<b>3,304,166</b>	<b>3,426,188</b>	<b>3,318,584</b>	<b>3,872,326</b>	<b>3,955,109</b>	<b>3,132,328</b>	<b>—</b>		<b>TOTAL, TOUTS RAYONS</b>	<b>41</b>

(1) La somme des composantes peut ne pas être égale au total en raison de l'arrondissement.

(2) Puisqu'il y a absence de saisonnalité, les données désaisonnalisées sont par conséquent égales aux données non désaisonnalisées.

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985				1984		
		January	February	March	April	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4.42	4.38	3.60	3.23	3.60	2.65	2.03
2	Women's and misses' coats and suits	3.68	5.41	3.23	3.60	2.54	2.70	3.40
3	Women's and misses' sportswear	3.87	3.97	3.09	3.07	3.60	2.85	2.31
4	Furs	4.63	5.55	8.75	22.23	26.01	45.82	46.05
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.90	3.72	3.34	3.68	3.72	3.87	3.37
6	Girls' and teenage girls' wear	4.24	5.25	3.15	3.06	2.93	3.02	2.58
7	Lingerie and women's sleepwear	3.73	3.51	3.08	3.47	3.85	2.87	2.52
8	Intimate apparel	5.12	5.23	3.86	3.92	3.96	3.58	3.18
9	Millinery	2.00	3.20	2.16	2.42	2.09	2.22	1.96
10	Women's and girls' hosiery	4.43	4.59	3.61	3.69	3.41	2.98	3.15
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.90	5.28	3.90	4.00	4.14	3.24	3.07
12	Women's, misses' and children's footwear	5.71	6.98	4.87	4.31	4.66	4.07	3.67
13	Men's clothing	5.32	6.79	4.78	5.23	4.99	4.60	3.29
14	Men's furnishings	5.44	5.51	4.25	4.81	4.54	4.22	2.42
15	Boys' clothing and furnishings	5.53	6.19	3.82	3.38	3.38	3.28	2.99
16	Men's and boys' footwear	5.57	6.26	4.76	4.61	4.96	5.26	3.72
17	Food and kindred products	0.81	0.57	0.67	0.61	0.77	0.40	0.62
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.78	4.75	4.47	4.73	5.08	3.99	4.30
19	Photographic equipment and supplies	6.38	6.23	5.38	5.36	6.69	4.87	4.09
20	Piece goods	6.39	5.39	5.20	5.65	7.48	6.16	6.89
21	Linens and domestics	4.09	7.07	5.45	5.92	6.84	5.49	5.04
22	Smallwares and notions	4.12	4.86	4.34	5.74	6.79	6.28	7.17
23	China and glassware	9.44	9.47	6.51	8.83	11.57	7.60	8.48
24	Floor coverings	5.73	5.22	4.25	4.10	4.81	4.72	5.25
25	Draperies, curtains and furniture coverings	7.08	6.21	4.91	4.76	5.08	4.50	4.46
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	10.12	11.11	8.94	8.49	8.21	6.71	8.16
27	Furniture	3.40	4.43	3.31	3.22	4.86	3.47	3.69
28	Major appliances	1.69	2.25	1.79	1.81	1.81	1.41	1.27
29	Television, radio and music	4.07	4.40	3.73	4.38	5.15	4.81	4.98
30	Housewares and small electrical appliances	6.46	5.83	6.05	6.16	6.72	5.50	5.44
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.58	7.28	6.31	4.33	5.49	3.81	4.20
32	Plumbing, heating and building materials	3.52	3.78	4.29	2.54	3.39	2.17	1.82
33	Jewellery	10.08	7.86	5.89	5.85	7.74	6.16	6.13
34	Toys and games	8.98	8.41	6.44	6.91	6.08	5.04	5.32
35	Sporting goods and luggage	6.02	6.86	6.60	6.04	6.18	5.00	4.01
36	Stationery, books and magazines	6.12	5.86	5.29	5.74	6.12	5.53	5.50
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	4.53	5.00	4.66	3.81	3.21	2.99	2.93
38	Meals and lunches	0.05	0.03	0.03	0.03	0.08	0.03	0.03
39	Repairs and services	0.50	0.61	0.53	0.58	0.58	0.52	0.51
40	All other departments	2.36	2.33	2.12	2.15	2.42	1.67	1.68
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.20	4.47	3.77	3.85	4.22	3.52	3.28

TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984						Rayon	N°
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
3,85	3,28	3,49	3,99	3,37	2,00	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
8,36	4,42	3,98	3,32	2,50	2,19	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
3,40	3,72	2,65	3,48	3,00	1,72	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
22,18	14,76	7,30	6,50	3,24	3,24	Fourrures	4
4,76	3,42	3,31	3,42	2,99	2,19	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4,51	1,91	2,63	3,72	2,42	1,46	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
3,09	3,39	2,85	3,59	2,75	0,92	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3,71	3,76	3,01	4,50	4,27	3,01	Sous-vêtements	8
2,59	3,81	2,30	1,57	1,42	1,30	Chapeaux	9
4,65	4,71	2,64	3,21	3,07	2,22	Bas pour dames et fillettes	10
4,72	4,48	3,19	3,99	2,88	1,34	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
5,45	4,57	3,29	3,74	3,11	2,86	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
5,90	7,00	4,35	5,23	3,45	2,02	Vêtements pour hommes	13
3,68	4,53	3,74	5,00	3,09	1,23	Articles d'habillement pour hommes	14
5,23	1,90	3,03	4,19	2,77	1,44	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
5,86	5,24	4,22	5,15	3,51	2,44	Chaussures pour hommes et garçons	16
0,62	0,45	0,64	0,77	0,65	0,27	Produits alimentaires et connexes	17
4,72	4,36	4,23	5,02	4,17	1,61	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
4,49	4,08	4,28	5,88	3,77	1,48	Appareils et fournitures photographiques	19
7,60	7,31	5,77	6,46	5,76	6,88	Tissus à la pièce	20
4,66	4,53	4,06	4,96	4,56	3,18	Literie et linge de maison	21
6,85	6,31	3,78	4,65	3,87	3,61	Menus articles	22
8,97	9,93	7,11	7,81	4,82	2,50	Porcelaine et verrerie	23
5,19	5,49	4,39	3,84	3,09	4,58	Revêtements de plancher	24
4,73	5,23	4,68	4,79	4,32	4,30	Tentures, rideaux et housses	25
7,78	7,87	7,90	9,10	5,80	2,59	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3,57	4,08	3,63	3,81	3,16	4,16	Meubles	27
1,38	1,42	1,32	1,66	1,55	1,36	Gros appareils ménagers	28
4,42	4,24	2,75	3,78	3,14	1,68	Télévision, radio et musique	29
5,78	5,82	5,44	5,01	4,23	1,82	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
5,07	5,82	5,76	5,54	4,69	3,69	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
2,45	2,82	2,94	2,83	2,71	2,97	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
7,69	7,20	5,56	7,85	5,01	1,62	Bijouterie	33
5,74	6,10	6,15	4,77	2,92	1,14	Jouets et jeux	34
4,55	5,31	6,23	8,65	5,48	2,64	Articles de sport et valises	35
6,71	4,34	4,70	6,21	4,34	1,78	Papeterie, livres et revues	36
3,18	2,90	3,37	2,50	2,48	2,88	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
0,04	0,03	0,02	0,03	0,02	0,01	Repas et casse-croûtes	38
0,60	0,60	0,51	0,46	0,38	0,41	Services et travaux de réparation	39
2,12	2,29	2,21	2,92	2,49	1,00	Tous autres rayons	40
3,97	3,82	3,42	3,97	3,10	1,80	TOTAL, TOUS RAYONS	41



TABLE 27. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985				1984		
		January	February	March	April	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.21	0.24	0.31	0.32	0.28	0.35	0.43
2	Women's and misses' coats and suits	0.27	0.21	0.32	0.26	0.38	0.30	0.28
3	Women's and misses' sportswear	0.25	0.27	0.34	0.33	0.29	0.34	0.40
4	Furs	0.21	0.16	0.10	0.06	0.04	0.02	0.02
5	Infants' and children's wear and nursery	0.24	0.26	0.32	0.29	0.29	0.24	0.29
6	Girls' and teenage girls' wear	0.24	0.22	0.34	0.31	0.32	0.33	0.36
7	Lingerie and women's sleepwear	0.27	0.28	0.34	0.31	0.28	0.33	0.37
8	Intimate apparel	0.20	0.18	0.27	0.26	0.26	0.27	0.31
9	Millinery	0.37	0.33	0.40	0.48	0.52	0.43	0.47
10	Women's and girls' hosiery	0.23	0.21	0.29	0.28	0.29	0.31	0.30
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.19	0.19	0.27	0.26	0.24	0.29	0.30
12	Women's, misses' and children's footwear	0.17	0.15	0.23	0.23	0.22	0.22	0.26
13	Men's clothing	0.16	0.16	0.22	0.20	0.20	0.21	0.28
14	Men's furnishings	0.18	0.18	0.25	0.22	0.23	0.24	0.37
15	Boys' clothing and furnishings	0.20	0.17	0.27	0.29	0.30	0.28	0.32
16	Men's and boys' footwear	0.17	0.16	0.24	0.22	0.22	0.18	0.25
17	Food and kindred products	1.60	1.60	1.53	1.66	1.21	1.81	1.83
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.19	0.19	0.23	0.22	0.20	0.23	0.23
19	Photographic equipment and supplies	0.18	0.14	0.20	0.19	0.16	0.19	0.25
20	Piece goods	0.13	0.18	0.22	0.16	0.12	0.16	0.14
21	Linens and domestics	0.23	0.14	0.19	0.18	0.15	0.18	0.19
22	Smallwares and notions	0.22	0.20	0.24	0.19	0.16	0.15	0.14
23	China and glassware	0.09	0.11	0.14	0.13	0.09	0.13	0.11
24	Floor coverings	0.17	0.19	0.24	0.25	0.21	0.21	0.20
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.14	0.15	0.21	0.21	0.20	0.22	0.22
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.10	0.09	0.12	0.12	0.12	0.14	0.13
27	Furniture	0.26	0.23	0.31	0.32	0.22	0.27	0.27
28	Major appliances	0.56	0.46	0.57	0.56	0.57	0.66	0.80
29	Television, radio and music	0.23	0.22	0.28	0.24	0.20	0.20	0.20
30	Housewares and small electrical appliances	0.16	0.16	0.17	0.17	0.16	0.18	0.19
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.17	0.14	0.17	0.24	0.18	0.26	0.24
32	Plumbing, heating and building materials	0.24	0.25	0.28	0.34	0.30	0.38	0.54
33	Jewellery	0.10	0.12	0.18	0.18	0.13	0.16	0.16
34	Toys and games	0.12	0.12	0.16	0.16	0.18	0.18	0.19
35	Sporting goods and luggage	0.16	0.14	0.17	0.18	0.18	0.20	0.23
36	Stationery, books and magazines	0.17	0.16	0.19	0.18	0.17	0.18	0.18
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.20	0.19	0.22	0.26	0.32	0.33	0.34
38	Meals and lunches	33.66	23.12	36.66	31.98	13.45	19.82	36.40
39	Repairs and services	1.97	1.65	1.99	1.76	1.73	1.90	1.97
40	All other departments	0.43	0.40	0.52	0.50	0.43	0.56	0.57
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.23	0.22	0.27	0.26	0.24	0.27	0.29

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984						Rayon	N°
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
0.30	0.30	0.29	0.27	0.28	0.44	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
0.17	0.24	0.27	0.31	0.36	0.38	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.30	0.30	0.36	0.30	0.33	0.48	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
0.05	0.07	0.13	0.18	0.28	0.28	Fourrures	4
0.22	0.30	0.29	0.30	0.33	0.44	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.25	0.51	0.38	0.28	0.40	0.53	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.33	0.30	0.34	0.32	0.40	0.77	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.27	0.27	0.31	0.25	0.25	0.32	Sous-vêtements	8
0.42	0.31	0.43	0.64	0.83	0.71	Chapeaux	9
0.22	0.24	0.35	0.33	0.34	0.43	Bas pour dames et fillettes	10
0.23	0.23	0.32	0.28	0.37	0.60	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.19	0.23	0.29	0.28	0.31	0.32	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.18	0.17	0.21	0.21	0.29	0.43	Vêtements pour hommes	13
0.26	0.24	0.27	0.23	0.33	0.64	Articles d'habillement pour hommes	14
0.22	0.45	0.34	0.27	0.34	0.59	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.17	0.20	0.23	0.21	0.28	0.37	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.57	2.02	1.74	1.47	1.64	2.34	Produits alimentaires et connexes	17
0.22	0.22	0.24	0.22	0.25	0.52	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
0.22	0.24	0.22	0.19	0.25	0.58	Appareils et fournitures photographiques	19
0.13	0.15	0.16	0.17	0.17	0.14	Tissus à la pièce	20
0.21	0.22	0.24	0.21	0.23	0.31	Literie et linge de maison	21
0.15	0.16	0.25	0.23	0.25	0.29	Menus articles	22
0.12	0.10	0.13	0.13	0.21	0.39	Porcelaine et verrerie	23
0.20	0.18	0.22	0.26	0.31	0.23	Revêtements de plancher	24
0.21	0.19	0.21	0.21	0.23	0.23	Tentures, rideaux et housses	25
0.13	0.12	0.14	0.12	0.17	0.32	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.28	0.23	0.27	0.28	0.29	0.26	Meubles	27
0.73	0.68	0.76	0.67	0.65	0.71	Gros appareils ménagers	28
0.22	0.24	0.35	0.29	0.33	0.54	Télévision, radio et musique	29
0.17	0.17	0.17	0.20	0.25	0.46	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
0.19	0.18	0.16	0.19	0.21	0.26	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.42	0.36	0.34	0.36	0.37	0.36	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
0.13	0.14	0.17	0.14	0.21	0.52	Bijouterie	33
0.18	0.17	0.17	0.23	0.37	0.64	Jouets et jeux	34
0.22	0.18	0.16	0.13	0.18	0.34	Articles de sport et valises	35
0.16	0.22	0.22	0.16	0.25	0.46	Papeterie, livres et revues	36
0.30	0.36	0.28	0.41	0.41	0.38	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
26.13	30.04	41.68	41.30	52.12	115.53	Repas et casse-croûtes	38
1.68	1.71	1.83	2.25	2.74	2.36	Services et travaux de réparation	39
0.47	0.44	0.45	0.41	0.40	0.77	Tous autres rayons	40
0.25	0.26	0.28	0.27	0.32	0.48	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1983-1985

TABLEAU 28. Montants à recevoir(1), non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985

Month	1983	1984	1985	Change from previous month	Change 1985/1984
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1985/1984
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,666,708	1,808,015	1,989,953	- 7.6	+ 10.1
February - Février	1,598,345	1,714,843	1,898,511	- 4.6	+ 10.7
March - Mars	1,565,461	1,695,173	1,884,093	- 0.8	+ 11.1
April - Avril	1,582,875	1,709,386	1,897,041	+ 0.7	+ 11.0
May - Mai	1,591,140	1,708,247			
June - Juin	1,585,200	1,719,376			
July - Juillet	1,553,254	1,695,008			
August - Août	1,542,394	1,689,630			
September - Septembre	1,591,826	1,746,901			
October - Octobre	1,631,976	1,799,732			
November - Novembre	1,702,704	1,892,038			
December - Décembre	1,887,032	2,152,727			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

TABLEAU 29. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985

Month	1983	1984	1985	Change from previous month	Change 1985/1984
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1985/1984
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,582.0	1,716.0	1,888.0	- 0.6	+ 10.0
February - Février	1,601.0	1,658.0	1,902.0	+ 0.7	+ 14.7
March - Mars	1,591.0	1,721.0	1,911.0	+ 0.5	+ 11.0
April - Avril	1,607.0	1,733.0	1,920.0 <sup>P</sup>	+ 0.5 <sup>P</sup>	+ 10.8 <sup>P</sup>
May - Mai	1,623.0	1,741.0			
June - Juin	1,631.0	1,766.0			
July - Juillet	1,632.0	1,779.0			
August - Août	1,631.0	1,789.0			
September - Septembre	1,638.0	1,801.0			
October - Octobre	1,653.0	1,825.0			
November - Novembre	1,661.0	1,848.0			
December - Décembre	1,665.0	1,900.0			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Department Store Sales and  
Stocks, MCD, Seasonal  
and Trading Day Factors

Ventes et stocks des grands  
magasins MDC et coefficients de  
corrections des variations  
saisonnnières et des jours  
commerciaux

TABLE 30. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1985

Department		Sales - Combined Seasonal and Trading Day Factors			
		Ventes - Coefficients combinés de correction des variations saisonnières et des jours commerciaux			
		MCD in April	March <sup>F</sup>	April <sup>P</sup>	May(1)
No.		MDC en Avril	Mars <sup>F</sup>	Avril <sup>P</sup>	Mai(1)
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	89.13	111.08	128.94
2	Women's and misses' coats and suits	8	106.22	100.10	59.03
3	Women's and misses' sportswear	4	93.77	99.78	111.73
4	Furs	12	66.73	26.99	18.34
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	88.84	99.15	94.62
6	Girls' and teenage girls' wear	5	96.62	101.26	95.25
7	Lingerie and women's sleepwear	4	75.57	81.85	96.46
8	Intimate apparel	4	96.25	101.15	107.36
9	Millinery	8	60.50	74.04	66.44
10	Women's and girls' hosiery	4	96.41	105.51	103.11
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	77.29	85.82	93.54
12	Women's, misses' and children's footwear	5	92.87	109.33	102.36
13	Men's clothing	4	88.61	91.62	88.99
14	Men's furnishings	5	74.07	80.00	86.48
15	Boys' clothing and furnishings	6	85.51	99.82	93.59
16	Men's and boys' footwear	6	85.38	104.97	107.57
17	Food and kindred products	4	89.15	100.82	107.98
18	Toiletries, cosmetics and drugs	2	86.14	86.55	91.61
19	Photographic equipment and supplies	4	73.51	76.39	87.06
20	Piece goods	6	108.69	94.74	101.07
21	Linens and domestics	3	77.39	80.71	93.26
22	Smallwares and notions	4	92.62	86.25	80.69
23	China and glassware	5	76.38	71.52	100.02
24	Floor coverings	6	98.41	104.12	97.50
25	Draperies, curtains and furniture coverings	4	93.20	103.46	110.34
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	77.95	82.75	84.79
27	Furniture	5	93.94	97.95	112.86
28	Major appliances	5	89.52	90.27	100.48
29	Television, radio and music	5	87.60	79.54	78.67
30	Housewares and small electrical appliances	3	71.04	80.83	94.93
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	79.15	104.64	137.73
32	Plumbing, heating and building materials	5	78.17	105.55	123.33
33	Jewellery	3	73.25	78.13	93.66
34	Toys and games	4	58.92	65.22	63.91
35	Sporting goods and luggage	3	74.17	97.11	121.68
36	Stationery, books and magazines	4	76.28	76.71	83.85
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	80.86	100.68	106.54
38	Meals and lunches	3	95.85	92.58	96.39
39	Repairs and services	6	97.38	94.89	99.03
40	All other departments	5	84.38	101.34	132.04
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	84.80	91.38	100.48

(1) Seasonal and trading day factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the appendix IV (on page 47).

(2) Seasonal factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the appendix IV (on page 47).



TABLEAU 30. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1985

Stocks - Seasonal Factors

Stocks - Coefficients de correction des variations saisonnières

				Rayon	No
MCD in April	March <sup>F</sup>	April <sup>P</sup>	May(2)		
MDC en Avril	Mars <sup>F</sup>	Avril <sup>P</sup>	Mai(2)		
4	110.72	120.30	107.78	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
4	91.05	79.01	56.94	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
3	103.78	111.29	107.37	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
5	86.57	84.28	90.78	Fourrures	4
4	94.62	109.32	97.11	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4	106.97	106.36	101.87	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
4	94.82	109.42	102.85	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3	99.45	103.91	101.02	Sous-vêtements	8
5	63.76	75.03	78.42	Chapeaux	9
4	99.46	107.03	102.04	Bas pour dames et fillettes	10
3	101.51	106.44	95.19	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
3	110.02	114.60	106.83	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
4	97.95	104.24	95.50	Vêtements pour hommes	13
3	95.69	107.23	104.76	Articles d'habillement pour hommes	14
4	100.10	101.16	90.44	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
4	101.53	112.02	110.87	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	...	...	...	Produits alimentaires et connexes	17
4	95.44	101.64	93.69	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
4	95.38	105.14	102.15	Appareils et fournitures photographiques	19
4	107.47	97.31	98.98	Tissus à la pièce	20
3	99.40	107.38	109.97	Literie et linge de maison	21
4	89.17	108.03	108.14	Menus articles	22
3	94.95	99.59	102.44	Porcelaine et verrerie	23
3	99.36	103.04	104.26	Revêtements de plancher	24
3	100.64	105.14	101.94	Tentures, rideaux et housses	25
4	97.32	99.00	103.32	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3	100.32	110.06	108.28	Meubles	27
4	103.03	105.65	98.13	Gros appareils ménagers	28
3	97.87	104.83	100.79	Télévision, radio et musique	29
3	93.32	104.96	100.33	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
4	101.29	104.72	107.33	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
5	104.10	104.07	96.52	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
3	97.36	103.57	102.10	Bijouterie	33
4	84.36	99.81	87.43	Jouets et jeux	34
4	94.53	115.85	114.33	Articles de sport et valises	35
3	86.62	99.33	104.31	Papeterie, livres et revues	36
5	94.47	102.92	103.20	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...	...	...	...	Repas et casse-croûtes	38
6	98.76	103.45	96.17	Services et travaux de réparation	39
5	99.00	115.61	105.42	Tous autres rayons	40
...	...	...	...	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Prévision des coefficients combinés de correction des variations saisonnières et des jours commerciaux. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV (à la page 47).

(2) Prévision des coefficients de correction des variations saisonnières. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV (à la page 47).



## APPENDIX

## APPENDICES



## APPENDIX I

### DEFINITIONS

#### Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

#### Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics and sells the following general lines of merchandise:

**Family clothing and apparel.** This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least **six** of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

**Furniture, appliance and home furnishings.** This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least **four** of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

## APPENDICE I

### DÉFINITIONS

#### Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et des services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

#### Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes et vend les catégories de marchandises suivantes:

**Vêtements pour la famille.** Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **six** des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent se faire dans le groupe de vêtements pour la famille.

**Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.** Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine et verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; gros appareils, télévision, radio et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **quatre** des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.



All other (miscellaneous). This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, such as: toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

### Total Net Sales and Receipts

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

### Stocks

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

### Accounts Receivable

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

### Junior Department Store

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

Tous autres articles (divers). Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, **telles que:** articles de toilette, cosmétiques et médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

### Ventes et recettes nettes totales

Les ventes et recettes nettes totales sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

### Stocks

Les stocks englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

### Comptes à recevoir

Par comptes à recevoir on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

### Grand magasin populaire

Les grands magasins populaires sont définis comme étant des points de ventes au détail qui offrent la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

## APPENDIX II

### METHODOLOGY

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The **monthly stock values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The **monthly accounts receivable values**, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

## APPENDICE II

### MÉTHODOLOGIE

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le **chiffre des stocks mensuels par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le **chiffre des comptes à recevoir mensuel** pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtés retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.



## APPENDIX III

### DATA RELIABILITY

#### Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

**Coverage error.** This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

**Data response error.** This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

**Non-response error.** Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

**Processing error.** These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

## APPENDICE III

### FIABILITÉ DES DONNÉES

#### Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

**Le champ couvert par l'enquête.** L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

**La réponse.** Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un interviewer à l'autre dans le mode de communication retenu, lorsqu'il s'agit d'expliquer des questions et d'interpréter des réponses.

**La non-réponse.** Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables et encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

**Le traitement.** L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.



Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

### Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the response rate is based on (1) the survey unit - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) the organizational unit - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example,

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. En ce qui concerne les estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreurs. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

### Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'enquête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins.



a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte des deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1985  
April

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1985  
Avril

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	86.4	94.7	92.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	52.6	85.6
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	42.1	60.7
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	100.0	100.0



## APPENDIX IV

### SEASONAL ADJUSTMENT

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time."(1) In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal (variations) and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method(2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times.(3) These procedures, used to deter-

## APPENDICE IV

### DÉSaisonnalisation

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps"(1). L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI(2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et retrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises(3). Ces étapes déterminant les

(1) "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," **Canada Statistical Review**, August 1974.

(2) For further information see the **X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

(3) See next page.

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la **Revue statistique du Canada**, Août 1974.

(2) Pour plus ample information voir **La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, no. 12-564F au catalogue, hors série.

(3) Voir page suivante.

mine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are, since May 1983, executed every month instead of once a year. This permits us to update each month the reference series from which we derive the final estimations of the seasonal factors with the previous month's revised data.

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.<sup>(3)</sup> The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Commencing with March 1984, the Canada seasonally adjusted total is now derived "indirectly" by the summation of the 40 individually seasonally adjusted departments. Previously, this total was derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly".<sup>(4)</sup> Also in March 1984, the

facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales, sont depuis mai 1983, exécutées à chaque mois au lieu d'une seule fois par an. Il nous est donc possible de mettre à jour mensuellement les séries de référence desquelles on dérive les estimations finales des facteurs saisonniers, en employant les données les plus récentes disponibles.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois à dominance cyclique, ou MDC.<sup>(3)</sup> Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, il s'agit de la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Depuis mars 1984, le total désaisonné au niveau du Canada est dérivé de "façon indirecte" en faisant la somme des 40 rayons désaisonnés séparément au préalable. Auparavant, ce total était obtenu en désaisonnant de "façon directe" les données brutes du total, au niveau du Canada<sup>(4)</sup>. De plus, la désaisonnalisation inter-

(3) See Table 30.

(4) Refer to: Lothian, J. and Morry, M. (1977): The Problem of Aggregation; Direct or Indirect, Ottawa: Seasonal Adjustment and Time Series Analysis Division, Statistics Canada.

(3) Voir tableau 30.

(4) Consulter: Lothian, J. et Morry, M. (1977): Aggrégation directe ou indirecte, Ottawa, Division des séries chronologiques, de la recherche et de l'analyse, Statistique Canada.



end-point seasonal adjustment method was adopted. For the period May 1983 to February 1984, a modified version of the "end-point seasonal adjustment" method, employing a projected factor for the current month only, was utilized. Prior to May 1983, seasonally adjusted data were derived on a monthly basis by employing projected seasonal factors (forecasted one year in advance) calculated once a year.

## REVISION PROCEDURES

Due to the fact that statistical surveys are subject to different type of errors (as described previously in this section) and that to obtain a 100% response rate each month under a data collection program by mail would prove to be very difficult (almost impossible sometimes) and costly, results must be revised on an ongoing basis as new information is received, enabling us to update our statistical series accordingly.

Revisions of two different types are made in regard to the Department Store Sales and Stocks Survey: **the first relates to the way data are gathered while the second results from the seasonal adjustment procedures.** In the first type of revision, corrections apply only to the previous year data. They are conducted after the end of the year and, consequently, the revised figures are published in the March issue of the following year of the present bulletin. The second type of revisions are both monthly and annual. In the case of the monthly revisions, the corrected figures for the current month (June for example), are published in the following month issue of the present catalogue (July), while the annual revisions are published once a year in the March issue.

Generally, revised data are indicated with an "r" beside the name of the month to which they apply, in order to inform the user of these changes.

polative a été adoptée en mars 1984. Pour la période s'échelonnant de mai 1983 à février 1984, on a utilisé une version modifiée de la désaisonnalisation interpolative, employant une prévision du facteur de désaisonnalisation pour le mois courant seulement. Avant mai 1983, les données désaisonnalisées étaient dérivées sur une base mensuelle, à l'aide de prévisions (une année à l'avance) des facteurs saisonniers calculés une fois par année.

## PROCÉDURES DE RÉVISION

Puisque les enquêtes statistiques sont sujettes à différents types d'erreurs (telles qu'explicitées précédemment dans cette section) et qu'il serait très coûteux et difficile (pratiquement impossible parfois) d'atteindre, à partir d'un programme de collecte de données par la poste, un taux de réponse de 100%, il faut donc réviser les résultats sur une base régulière afin de mettre à jour les séries statistiques en découlant, à mesure que de nouvelles informations nous sont transmises.

On compte donc des révisions de deux types en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins: **les premières sont liées à la façon dont les données sont produites tandis que les secondes résultent de la procédure de désaisonnalisation.** Les révisions du premier type ne se rapportent qu'aux seules données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les révisions du deuxième type sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas de celles mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (soit juin par exemple) sont ajoutées à la publication du mois suivant (juillet) tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une fois l'an, dans le bulletin de mars.

En général, on avise l'utilisateur de ces changements, en inscrivant un "r" à côté du nom du mois auquel on applique des révisions.



## NUMBER OF SHOPPING DAYS

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table III for the number of shopping days the current publication is based on.

## NOMBRE DE JOURS COMMERCIAUX

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif III donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

TEXT TABLE III. Number of Shopping Days, by Month, 1984 and 1985

TABLEAU EXPLICATIF III. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1984 et 1985

	1985		1984	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	26	4	26	4
February - Février	24	4	25	4
March - Mars	26	5	27	5
April - Avril	25	4	24	4
May - Mai	26	4	26	4
June - Juin	25	5	26	5
July - Juillet	26	4	26	4
August - Août	26	5	26	4
September - Septembre	24	4	24	5
October - Octobre	26	4	26	4
November - Novembre	26	5	26	4
December - Décembre	25	4	25	5

## APPENDIX V

### CONSTANT DOLLAR ESTIMATES

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Text Table II), estimates of sales by department group are deflated using department group implicit price indices supplied by the Industry Product Division of Statistics Canada. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

### DATA CONFIDENTIALITY

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business.<sup>(5)</sup> The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld on this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information from selected regions (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential, form. For example, in many cases the data for the Northwest Territories and the Yukon are included with the British Columbia data.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

<sup>(5)</sup> See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

## APPENDICE V

### ESTIMATIONS EN DOLLARS CONSTANTS

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau explicatif II), les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées au moyen des indices implicites de prix appropriés fournis par la Division du produit industriel de Statistique Canada. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

### CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de cette dernière<sup>(5)</sup>. Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un X aux différents postes visés dans la publication.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) pour certaines régions (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple dans bien des cas, les données relatives aux Territoires du Nord-Ouest et du Yukon sont incluses avec celles de la Colombie-Britannique.

Ainsi, par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement en fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

<sup>(5)</sup> Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.

TEXT TABLE II. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1983-1985

TABLEAU EXPLICATIF II. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1983-1985

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		'000	%	'000	%
<b>1983:</b>					
January - Janvier	206.6	623,021	+ 3.8	301,559	- 0.2
February - Février	213.2	603,808	+ 4.5	283,212	+ 0.3
March - Mars	211.9	787,544	+ 13.5	371,658	+ 9.3
April - Avril	215.4	775,226	- 1.7	359,901	- 5.8
May - Mai	215.8	842,133	+ 3.5	390,238	--
June - Juin	214.9	920,150	+ 16.3	428,176	+ 12.3
July - Juillet	212.9	813,746	+ 6.5	382,220	+ 2.9
August - Août	213.8	850,885	+ 9.7	397,982	+ 6.3
September - Septembre	211.1	922,067	+ 7.1	436,792	+ 4.1
October - Octobre	214.3	922,014	+ 7.3	430,245	+ 4.2
November - Novembre	215.1	1,138,763	+ 6.1	529,411	+ 3.0
December - Décembre	213.6	1,731,121	+ 7.6	810,450	+ 5.0
Year - Année	213.4	10,930,478	+ 7.1	5,121,844	+ 3.6
<b>1984:</b>					
January - Janvier	214.3	649,626	+ 4.3	303,139	+ 0.5
February - Février	218.7	659,594	+ 9.2	301,598	+ 6.5
March - Mars	217.1	806,999	+ 2.5	371,718	--
April - Avril	220.4	843,022	+ 8.7	382,496	+ 6.3
May - Mai	222.0	930,389	+ 10.5	419,094	+ 7.4
June - Juin	220.1	941,728	+ 2.3	427,864	- 0.1
July - Juillet	218.4	806,592	- 0.9	369,319	- 3.4
August - Août	218.9	872,423	+ 2.5	398,549	+ 0.1
September - Septembre	215.2	947,365	+ 2.7	440,225	+ 0.8
October - Octobre	220.0	957,060	+ 3.8	435,027	+ 1.1
November - Novembre	220.5	1,254,292	+ 10.1	568,840	+ 7.4
December - Décembre	218.0	1,715,800	- 0.9	787,064	- 2.9
Year - Année	218.7	11,384,890	+ 4.2	5,204,933	+ 1.6
<b>1985:</b>					
January - Janvier	219.9	692,108	+ 6.5	314,738	+ 3.8
February - Février	220.5	647,065	- 1.9	293,454	- 2.7
March - Mars	222.6	849,077	+ 5.2	381,436	+ 2.6
April - Avril	224.6	901,404	+ 6.9	401,337	+ 4.9
May - Mai					
June - Juin					
July - Juillet					
August - Août					
September - Septembre					
October - Octobre					
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					

## EXPLANATORY NOTES

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios(6) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios(7) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

(6) See Table 26.

(7) See Table 27.

## NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage donnée dans la présente publication est fondée sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elle tient compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elle ne se limite pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes(6) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks(7) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

(6) Voir tableau 26.

(7) Voir tableau 27.





## APPENDIX VI - APPENDICE VI

### LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

#### MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland  
Baine Johnstone & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 4100, St. John's, Newfoundland  
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario (Closed July 1984 - Fermée Juillet 1984)  
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario  
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario(1)  
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island  
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon(2)  
Hougens Watson Lake 84, Box 97, Watson Lake, Yukon(2)  
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec  
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario(2)  
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan  
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario  
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec  
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario (Closed February 1983 - Fermée février 1983)  
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario  
Simpsons Ltd., 176 Yonge St., Toronto, Ontario  
Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario  
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario  
Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

#### JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario  
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario (Closed January 1984 - Fermée janvier 1984)  
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec  
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario  
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario(2)  
Zeller's Ltd., 5250 Décarie Blvd., Montréal, Québec

- (1) Goudies Ltd. has been reclassified to the "Family Clothing" trade group as of January 1, 1985.  
(1) Goudies Ltd. est reclassifié au groupe des magasins de "vêtements pour famille" depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1985.  
(2) All department stores in the Yukon and Northwest Territories have been reclassified to the "General Merchandise" trade group as of January 1, 1985.  
(2) Tous les grands magasins du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest sont reclassifiés à d'autres genres de commerce du groupe des magasins de "Marchandises diverses" depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1985.

## SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Industry Division in the Retail Trade sector.

### Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil. 36 pp. First Issue, 1938. (ISSN 0380-7045).

Total sales and number of outlets, by province and selected metropolitan area, and sales and inventories by department, Canada.

- 63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil. 1 pp. First Issue, 1950. (ISSN 0709-8650).

Total sales and percentage changes of sales by region.

- 63-005 Retail Trade. M. Bil. Approx. 65 pp. First Issue, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total retail sales by province and kind of business, for chain and independent stores; seasonally adjusted sales, Canada.

- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil. Approx. 15 pp. First Issue, 1932. (ISSN 0705-5595).

Number and value of new passenger cars, trucks and buses sold by province and by origin (Canada and U.S. or imported). Monthly unit sales, by type and origin, seasonally adjusted.

- 63-014 Merchandising Inventories. M. Bil. 24 pp. First Issue, 1972. (ISSN 0380-7177).

Inventories and stocks/sales ratios, by type of trade for wholesale, by department for department stores, by kind of business for chain stores and independent stores: quarterly percentage changes for independent stores by kind of business.

- 63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil. Approx. 74 pp. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total retail sales by chain and department stores by province, selected localities and kind of business including data on floor area, inventory and accounts receivable.

## CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division de l'industrie.

### Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938. (ISSN 0380-7045).

Ventes totales et nombre de points de vente par provinces et certaines régions métropolitaines, ventes et stocks par rayon, Canada.

- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil. 1 page. Premier numéro, 1950. (ISSN 0709-8650).

Variations en pourcentage et ventes par région.

- 63-005 Commerce de détail. M. Bil. Environ 65 pages. Premier numéro, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total des ventes au détail par province et genre de commerce, pour les magasins à succursales et les magasins indépendants; chiffres désaisonnalisés, Canada.

- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil. Environ 15 pages. Premier numéro, 1932. (ISSN 0705-5595).

Nombre et valeur des voitures particulières, des camions et des autobus neufs vendus par province et par lieu d'origine (Canada et É.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

- 63-014 Stocks commerciaux. M. Bil. 24 pages. Premier numéro, 1972. (ISSN 0380-7177).

Stocks et rapports stocks/ventes, par genre de commerce pour le commerce de gros, par rayon pour les grands magasins et par genre de commerce pour les magasins à succursales et magasins indépendants: variations trimestrielles en pourcentage pour les magasins indépendants suivant le genre de commerce.

- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil. Environ 74 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins selon la province, certaines agglomérations et le genre de commerce, incluant des données sur la superficie totale, les stocks, et les comptes à recevoir.

## Catalogue

- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil. 21 pp. First Issue, 1958. (ISSN 0527-6411).

Sales of merchandise through automatic vending machines, by type of machine and by location, Canada and provinces.

- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil. 14 pp. First Issue, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Sales of various commodities by method of distribution: by personal selling, by mail, from premises, etc.

- 63-219 Campus Book Stores. A. Bil. Approx. 8 pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Retail sales by type of commodity, employees and payroll, by region or province for academic years.

- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil. 700 pp. First Issue, 1975. (ISSN 0590-9325).

The data covers such topics as general economic indicators, population characteristics, personal income and expenditure and household facilities.

- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil. 695 pp. (ISBN 0-660-506-13-0).

The publication provides revised retail trade estimates for the years 1972 to 1979, both unadjusted and seasonally adjusted and also sections on definitions, concepts, classifications, methodology and data reliability.

- Operating Results - Retail Trade. O. Bil. 29 pp. First Issue, 1974.

The following publications in the Operating Results series contain ratios (percentages of net sales) for: purchases, inventories, cost of goods sold, gross profit, operating expense items and net profit.

## Catalogue

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1981

- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977

## Catalogue

- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil. 21 pages. Premier numéro, 1958. (ISSN 0527-6411).

Ventes de marchandise par distributeurs automatiques selon le genre de machine et l'emplacement, Canada et provinces.

- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil. 14 pages. Premier numéro, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Ventes de divers produits, par mode de distribution: par démarchage, par la poste, chez le fabricant, etc.

- 63-219 Librairies de campus. A. Bil. Environ 8 pages. Premier numéro, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Ventes au détail par type de produits, ainsi que le nombre d'employés et la paye, par région ou province pour les années scolaires.

- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A. Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975. (ISSN 0590-9325).

Les données portent sur des sujets tels que les indicateurs économiques généraux, les caractéristiques de la population, le revenu et les dépenses des particuliers et l'équipement ménager.

- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S. Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0).

Cette publication contient des données brutes et désaisonnalisées, révisées de 1972 à 1979, des sections sur les définitions, les concepts, la classification, la méthodologie et la fiabilité des données.

- Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H.S. Bil. 29 pages. Premier numéro, 1974.

Les publications suivantes de la série des Résultats de l'exploitation contiennent des ratios (pourcentages des ventes nettes) pour les achats, les stocks, le coût des biens vendus, les bénéfices bruts, les dépenses d'exploitation et les bénéfices nets.

## Catalogue

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1981

- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977

## Catalogue

- 63-607 Retail Drug Stores, 1981
- 63-608 Retail Florists, 1981
- 63-609 Retail Jewellery Stores, 1981
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
- 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly    A. - Annual    Bil. - Bilingual  
O. - Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada \$5.00, Other Countries \$6.00.

## Catalogue

- 63-607 Pharmacies au détail, 1981
- 63-608 Fleuristes détaillants, 1981
- 63-609 Bijouteries au détail, 1981
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
- 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. - Mensuel    A. - Annuel    Bil. - Bilingue  
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et social du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Nº 11-204F, prix Canada \$5.00, Autres pays \$6.00.

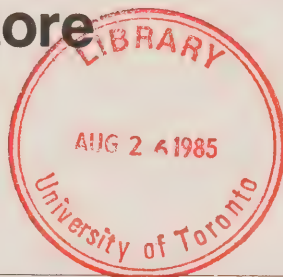






# Department store sales and stocks

May 1985



# Ventes et stocks des grands magasins

Mai 1985



## Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

## How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,  
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 990-9665) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)
Credit card only (973-8018)	

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zénith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by Northwestel Inc.)	Zénith 0-8913
Northwest Territories (area served by Northwestel Inc.)	Zénith 2-2015

## How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)990-8114  
1(613)990-8115

## Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,  
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 990-9665) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)
Carte de crédit seulement (973-8018)	

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la Northwestel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la Northwestel Inc.)	Zénith 2-2015

## Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)990-8114  
1(613)990-8115

**Statistics Canada**

Industry Division  
Retail Trade Section

# Department store sales and stocks

May 1985

**Statistique Canada**

Division de l'industrie  
Section du commerce de détail

# Ventes et stocks des grands magasins

Mai 1985

Published under the authority of  
the Minister of Supply and  
Services Canada

© Minister of Supply  
and Services Canada 1985

August 1985  
5-3406-503

Price: Canada, \$13.00, \$130.00 a year  
Other Countries, \$14.00, \$140.00 a year

Payment to be made in Canadian funds or equivalent

Catalogue 63-002, Vol. 50, No. 5

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par  
le ministre des Approvisionnements et  
Services Canada

© Ministre des Approvisionnements  
et Services Canada 1985

Août 1985  
5-3406-503

Prix: Canada, \$13.00, \$130.00 par année  
Autres pays, \$14.00, \$140.00 par année

Paiement en dollars canadiens ou l'équivalent

Catalogue 63-002, vol. 50, n° 5

ISSN 0380-7045

Ottawa

## SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

## NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

## A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM Division staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-990-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- D. Desjardins, Director, Industry Division
- A.R. Tanner, Chief, Industry Division, Retail Trade Section

## SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

## NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

## NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n<sup>o</sup> 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de la Division CANSIM, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-990-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- D. Desjardins, directeur, Division de l'industrie
- A.R. Tanner, chef, Division de l'industrie, Section du commerce de détail



## TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	vii

### Charts

1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	viii
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	viii
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1983-1985	ix
4. Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1983-1985	x
5. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Canada, 1983-1985	x
6. Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xi

Highlights	xiii
------------	------

### Table

1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985	2
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	8

## TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	vii

### Graphiques

1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1983-1985	viii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1983-1985	viii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1983-1985	ix
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1983-1985	x
5. Montants à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	x
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisation	xi

Points saillants	xiii
------------------	------

### Tableau

1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	2
2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1984 et 1985	4
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1984 et 1985	6
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	6
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	8
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	8

## TABLE OF CONTENTS - Continued

## TABLE DES MATIÈRES - suite

	Page
<b>Table</b>	
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	19
17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	19
18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	20
19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	20
20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	21
21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	21

	Page
<b>Tableau</b>	
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	10
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	10
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1984 et 1985	12
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	12
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	14
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	14
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	16
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	16
15. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	18
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1984 et 1985	19
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	19
18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	20
19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	20
20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	21
21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	21

## TABLE OF CONTENTS - Concluded

	Page
<b>Table</b>	
22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1983-1985	22
23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1983-1985	23
24. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1984 and 1985	24
25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985	26
26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985	28
27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, 1984 and 1985	30
28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1983-1985	32
29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	32
30. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1983-1985	33
31. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1985	34
<b>Appendix</b>	
I. Definitions	39
II. Methodology	41
III. Data Reliability	43
IV. Seasonal Adjustment	47
Revision Procedures	49
Number of Shopping Days	50
V. Constant Dollar Estimates	51
Data Confidentiality	51
Explanatory Notes	52
VI. List of Department Store Organizations	53
Selected Publications	

## TABLE DES MATIÈRES - fin

	Page
<b>Tableau</b>	
22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1983-1985	22
23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1983-1985	23
24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	24
25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1984 et 1985	26
26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	28
27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	30
28. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	32
29. Comptes à recevoir, désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	32
30. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1983-1985	33
31. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1985	34
<b>Appendice</b>	
I. Définitions	39
II. Méthodologie	41
III. Fiabilité des données	43
IV. Désaisonnalisation	47
Procédures de révision	49
Nombre de jours commerciaux	50
V. Estimations en dollar constants	51
Confidentialité des données	51
Notes explicatives	52
VI. Liste des organisations de grands magasins	53
Choix de publications	



## INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division (formerly Merchandising and Services Division), to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie, (anciennement Division du commerce et des services). (Le recensement mesure également les activités des "établissements", toutefois cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.



Chart — 1

Graphique — 1

# Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1983-1985

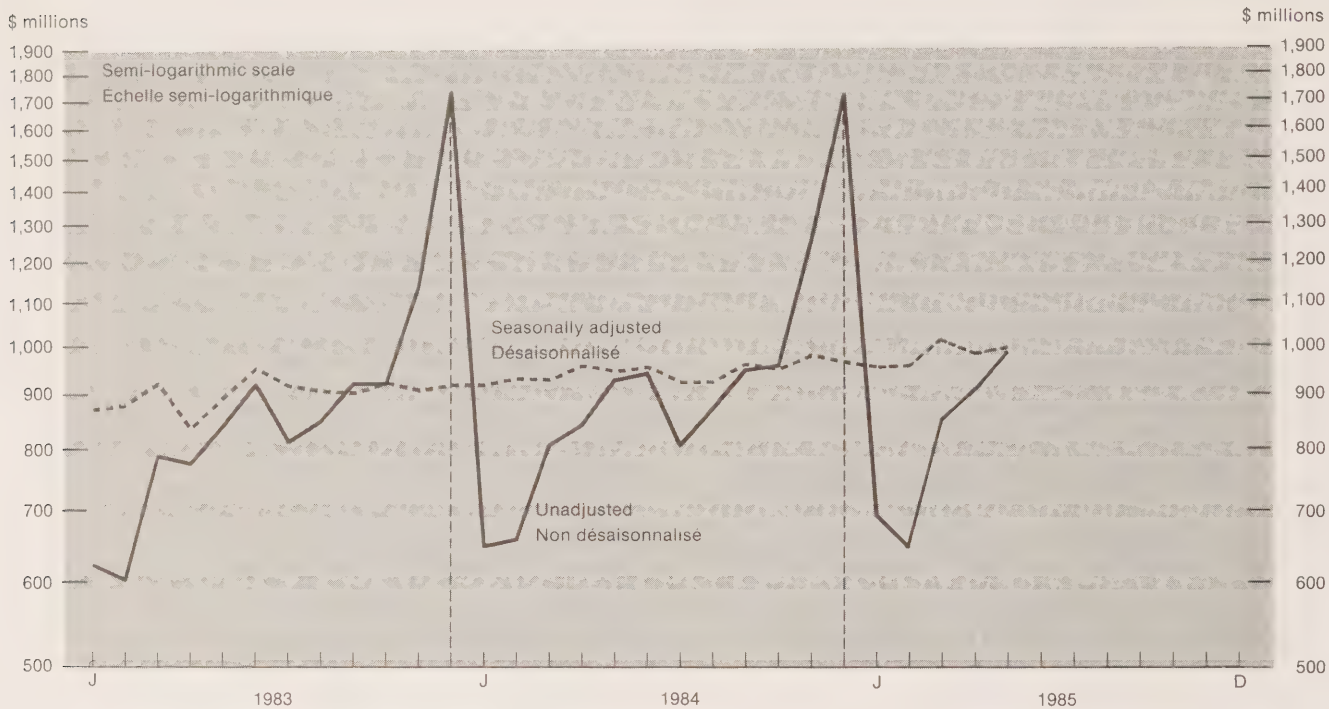
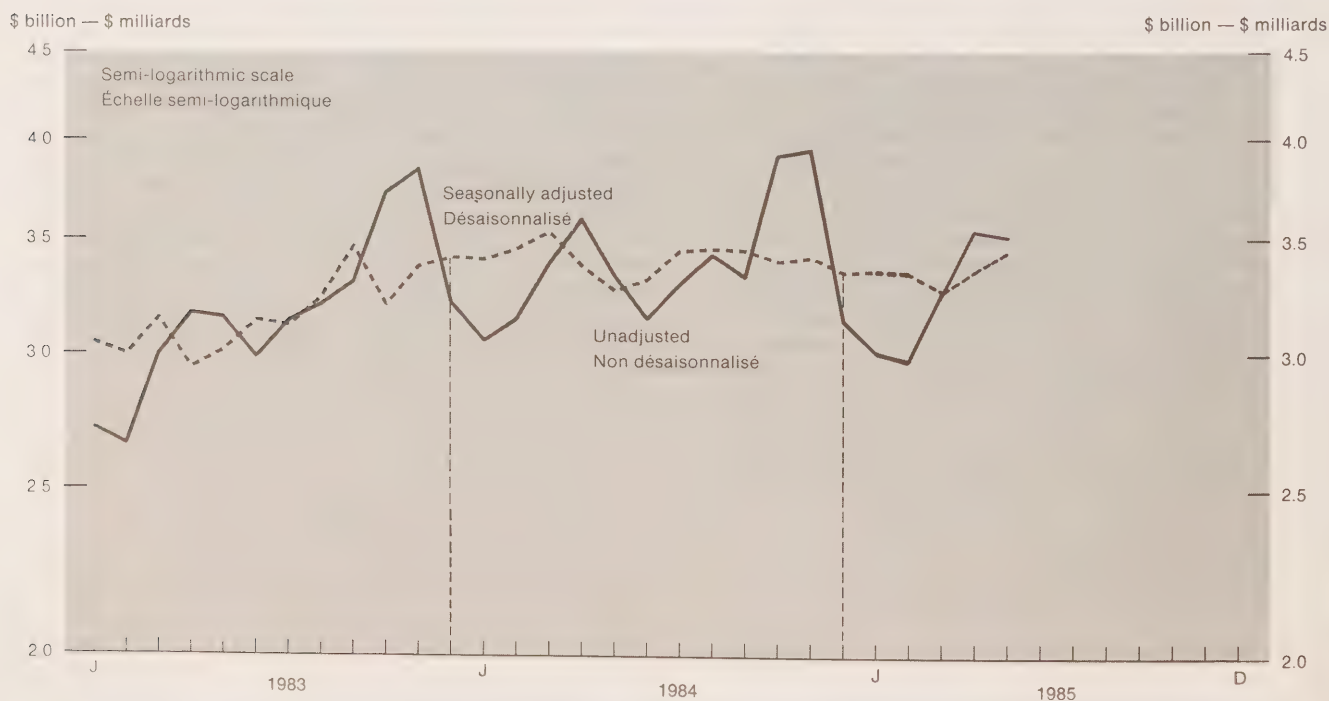


Chart — 2

Graphique — 2

# Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1983-1985



## Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1983-1985

## Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1983-1985

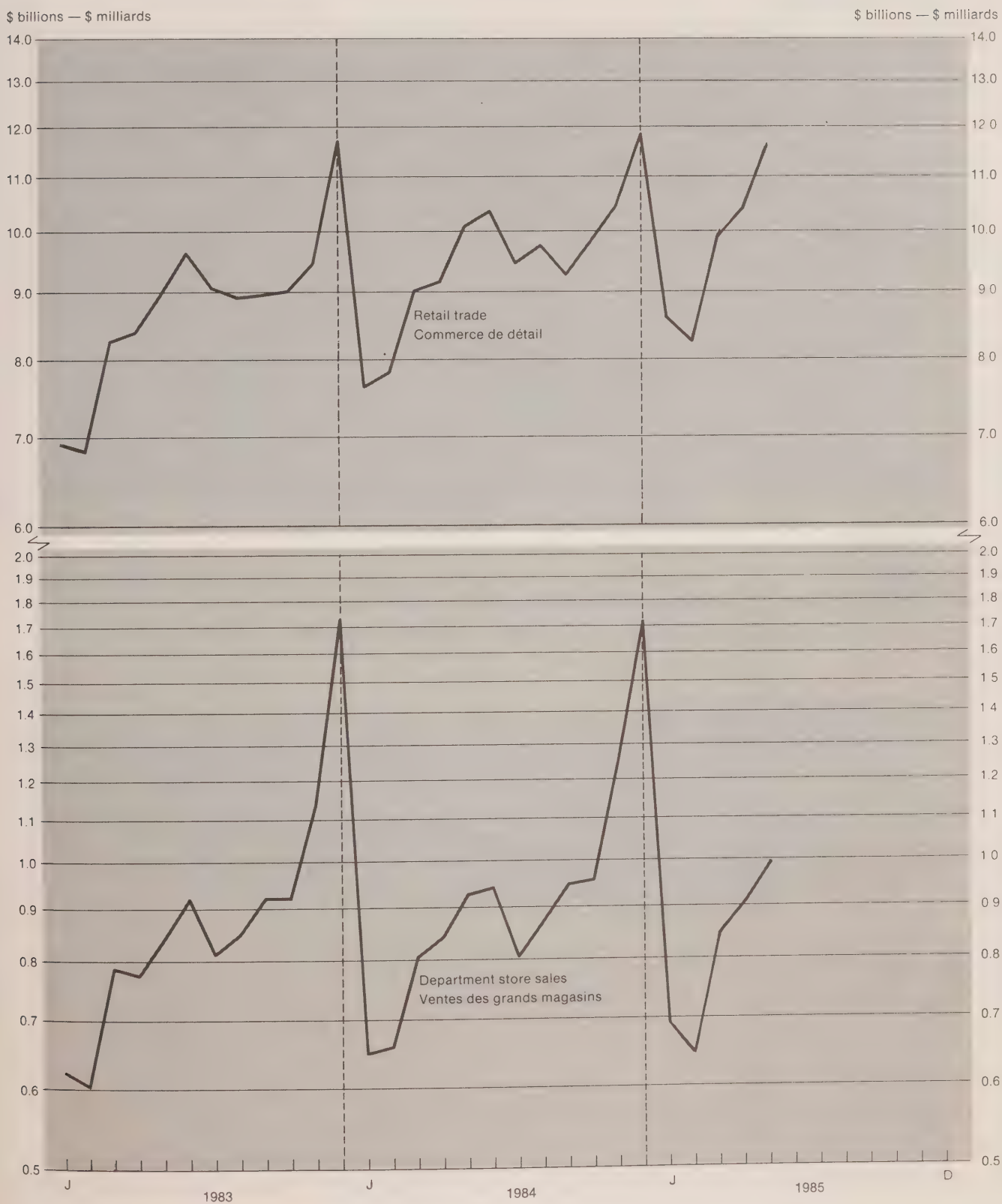


Chart — 4

Graphique — 4

## Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1983-1985

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1983-1985

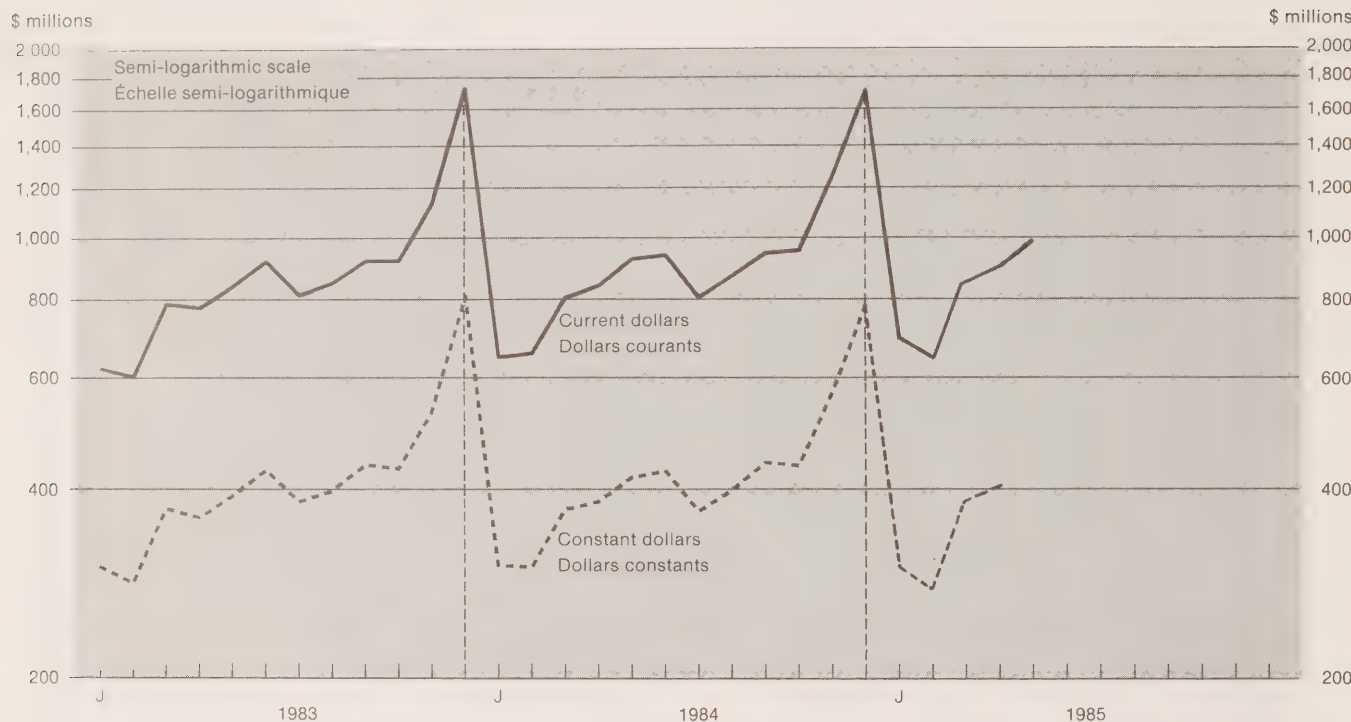


Chart — 5

Graphique — 5

## Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1983-1985

Montants à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985

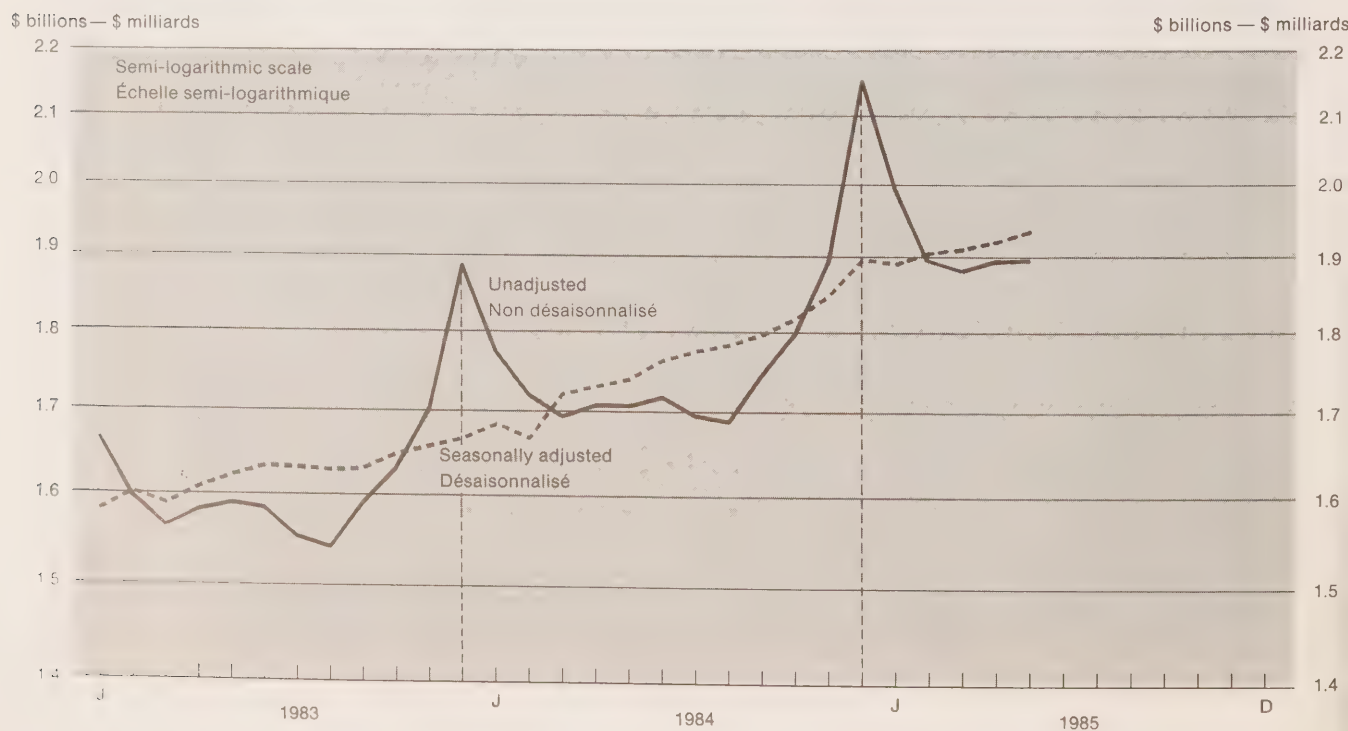
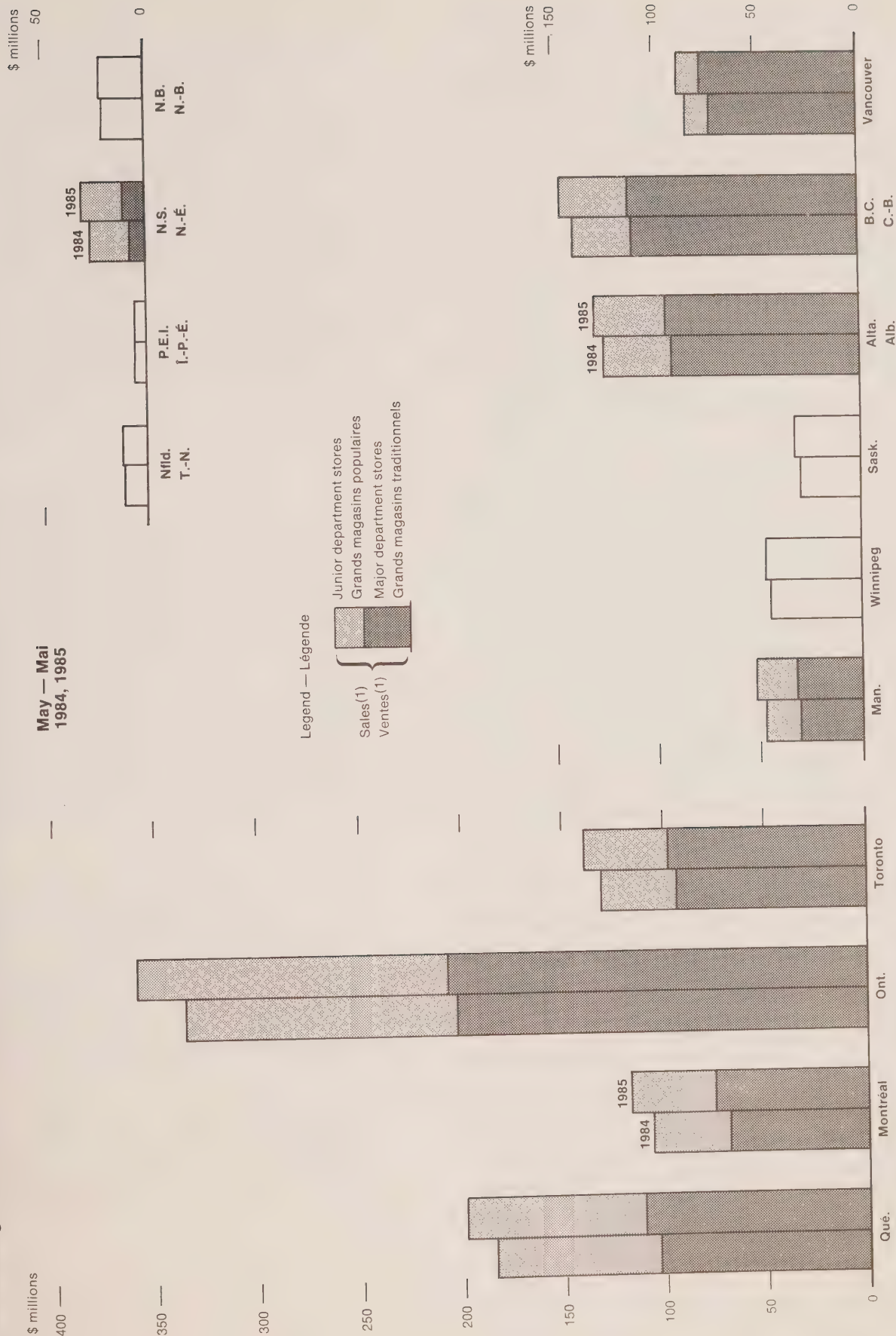




Chart — 6  
Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization  
Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations



(1) For reasons of confidentiality, the split between the two groups (Major — Junior) is not shown for some regions.  
(1) Pour des raisons de confidentialité, nous ne montrons pas, pour certaines régions, la subdivision en deux groupes (Traditionnels — Populaires).





## HIGHLIGHTS

### Seasonally Adjusted Sales

- Adjusted for seasonal variations and the number of trading days, total department store sales in May 1985 increased 0.8% to \$995.5 million from the revised April 1985 level of \$987.7 million. Among the 26 departments recording higher sales, the largest gains were reported in piece goods (+ 10.2%), women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms (+ 9.9%) and floor coverings (+ 8.1%). The most notable decreases were recorded in furs (- 50.2%), television, radio and music (- 12.7%) and lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings (- 10.4%).

### Unadjusted Sales

- On an unadjusted basis, sales of department stores totalled \$990.6 million in May 1985, up 6.5% from the May 1984 level. Sales were higher in 27 of the 40 departments, with the largest increases reported in women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms (+ 30.0%), hardware, paints, wallpaper, etc. (+ 24.7%) and women's and misses' sportswear (+ 18.9%). The most notable decreases were recorded in furs (- 22.0%), lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings (- 15.0%) and gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies (- 14.2%).
- At the provincial level, on a year-over-year basis, department store sales decreased in Prince Edward Island (- 0.4%), while the remaining provinces reported higher sales. Increases ranged from 1.6% in New Brunswick to 15.1% in Nova Scotia. All ten metropolitan areas surveyed reported higher sales from a year earlier, with increases ranging from 3.6% for Québec City to 19.8% for Halifax-Dartmouth.
- Sales by major department stores in May 1985 reached \$594.1 million, up 2.9% from the corresponding month a year earlier, while junior department stores had sales of \$396.5 million, up 12.4% over the same period last year.

## POINTS SAILLANTS

### Ventes désaisonnalisées

- Les ventes des grands magasins, corrigées en fonction des variations saisonnières et du nombre de journées d'affaires, ont augmenté de 0.8% en mai 1985, par rapport au mois d'avril 1985 (\$987.7 millions - chiffre révisé) pour s'établir à \$995.5 millions. Des 26 rayons qui ont connu des hausses des ventes, on a constaté les augmentations les plus fortes dans les rayons de tissus à la pièce (+ 10.2%), de robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles (+ 9.9%) et de revêtements de plancher (+ 8.1%). Par contre, les baisses les plus notables des ventes ont été observées dans les rayons de fourrures (- 50.2%), de télévision, radio et musique (- 12.7%) et de lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison (- 10.4%).

### Ventes non désaisonnalisées

- Les ventes des grands magasins, sans ajustements saisonniers, ont totalisé \$990.6 millions en mai 1985, soit 6.5% de plus qu'en mai 1984. Des 40 rayons pour lesquels on recueille des données, 27 ont indiqué des gains. Les hausses les plus fortes ont été enregistrées par les rayons de robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles (+ 30.0%), de quincaillerie, peinture, papienture, etc., (+ 24.7%), et de vêtements sports pour dames et jeunes filles (+ 18.9%). Les baisses les plus notables ont été signalées dans les rayons de fourrures (- 22.0%), de lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison (- 15.0%) et d'essence, d'huile, d'accessoires d'automobile, de réparation et de fournitures (- 14.2%).
- À l'exception de l'île-du-Prince-Édouard qui a indiqué une baisse des ventes (- 0.4%) en mai 1985 par rapport à mai 1984, toutes les provinces ont signalé des hausses des ventes, les gains s'échelonnant de 1.6% au Nouveau-Brunswick à 15.1% en Nouvelle-Écosse. Toutes les dix régions métropolitaines visées par l'enquête ont rapporté des hausses de leurs ventes variant de 3.6% à Québec à 19.8% à Halifax-Dartmouth.
- Les ventes des grands magasins traditionnels, en mai 1985, se sont chiffrées à \$594.1 millions, soit une augmentation de 2.9% par rapport aux ventes enregistrées à pareille date l'an dernier. Les grands magasins populaires ont, quant à eux, rapporté des ventes s'élevant à \$396.5 millions, ce qui représente un gain de 12.4% par rapport à la même date l'année dernière.

- In May 1985, there were 795 retail locations operated by department store organizations, one more than in April 1985 and five less than in May 1984. Of this total number, 313 were operated by major department store organizations and 482 by junior department store organizations.
- Cumulative sales of all department stores for the first five months of 1985 totalled \$4,080.3 million, 4.9% higher than the \$3,889.6 million reported for the same period last year.
- In May 1985, total department store sales constituted 8.6% of all retail sales in Canada, a substantial drop from the 9.1% share held in May 1984.

#### Stocks

- The unadjusted selling value of inventories held by department stores in May 1985 was \$3,517.4 million, up 5.4% from the corresponding month a year earlier. Seasonally adjusted department store stocks totalled \$3,467.5 million in May 1985, up 2.6% from the previous month's revised value of \$3,380.8 million.

#### Accounts Receivable

- The total value of accounts receivable of all department store organizations in May 1985 amounted to \$1,897.7 million, virtually unchanged from the \$1,897.0 million recorded in April 1985.

- En mai 1985, on a dénombré un total de 795 points de vente au détail exploités par les sociétés des grands magasins, soit un de plus qu'en avril 1985 et cinq de moins qu'en mai 1984. De ce total, 313 points de vente étaient exploités par les sociétés de grands magasins traditionnels et 482 par les organisations de grands magasins populaires.
- Les ventes cumulatives pour l'ensemble des grands magasins ont atteint \$4,080.3 millions pour la période couvrant les cinq premiers mois de 1985, soit une augmentation de 4.9% par rapport aux \$3,889.6 millions rapportés pour la période correspondante l'an dernier.
- Les ventes totales des grands magasins ont représenté, à elles seules, 8.6% de l'ensemble des ventes au détail au Canada, soit une importante baisse par rapport à la part de 9.1% détenue en mai 1984.

#### Stocks

- La valeur marchande, non désaisonnalisée, des stocks détenus en mai 1985 a haussé de 5.4% par rapport au mois correspondant l'année dernière, pour atteindre \$3,517.4 millions. La valeur désaisonnalisée des stocks a, quant à elle, connu une augmentation de 2.6% par rapport au mois précédent (\$3,380.8 millions - chiffre révisé) et s'est élevée à \$3,467.5 millions.

#### Comptes à recevoir

- La valeur totale des créances à recouvrer par les sociétés de grands magasins s'est chiffrée à \$1,897.7 millions en mai 1985, soit pratiquement sans changement en comparaison avec l'estimation enregistrée en avril 1985 (\$1,897.0 millions).

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985					1984	
		January	February	March	April	May	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Juin
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,867	10,054	15,827	18,842	25,147	19,346	19,897
2	Women's and misses' coats and suits	13,162	12,112	21,186	17,185	10,924	10,555	7,796
3	Women's and misses' sportswear	33,141	38,002	55,553	58,259	71,734	60,318	63,868
4	Furs	5,127	3,539	1,705	1,236	386	495	482
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	18,380	18,267	23,097	24,333	23,718	21,139	23,522
6	Girls' and teenage girls' wear	8,774	9,727	18,744	17,933	18,241	15,655	15,651
7	Lingerie and women's sleepwear	11,844	12,085	15,449	16,045	20,143	19,366	19,095
8	Intimate apparel	9,077	7,928	11,305	11,711	12,584	11,251	12,097
9	Millinery	1,560	1,069	1,179	1,457	1,348	1,256	1,237
10	Women's and girls' hosiery	8,561	7,590	10,813	11,389	11,574	10,996	9,261
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	10,182	9,180	13,746	14,434	16,863	15,487	13,612
12	Women's, misses' and children's footwear	15,387	14,277	24,925	28,338	29,441	25,755	25,188
13	Men's clothing	23,420	23,040	35,906	37,181	38,631	34,627	41,712
14	Men's furnishings	26,318	26,319	39,157	40,122	48,048	40,994	58,045
15	Boys' clothing and furnishings	7,730	7,373	12,535	13,766	13,260	11,684	12,123
16	Men's and boys' footwear	10,677	9,187	16,026	17,360	18,483	15,798	18,794
17	Food and kindred products	51,900	61,856	56,138	63,290	64,008	64,695	54,753
18	Toiletries, cosmetics and drugs	44,181	43,798	50,385	49,880	54,188	48,821	45,701
19	Photographic equipment and supplies	8,696	7,143	9,237	9,744	10,591	11,310	13,650
20	Piece goods	2,809	3,130	4,149	3,304	4,032	4,057	3,560
21	Linens and domestics	31,393	18,082	24,667	24,800	29,360	27,815	28,514
22	Smallwares and notions	9,272	7,386	8,651	7,700	7,483	6,918	6,427
23	China and glassware	7,208	7,887	10,144	9,676	13,474	13,001	10,133
24	Floor coverings	8,851	9,143	11,711	12,475	13,137	11,903	11,259
25	Draperies, curtains and furniture coverings	9,904	9,771	13,429	14,418	16,327	16,665	15,895
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	5,569	4,787	6,403	7,095	6,408	7,543	6,680
27	Furniture	42,715	32,951	45,260	48,996	49,727	51,643	49,941
28	Major appliances	39,936	32,286	41,867	42,455	45,442	44,333	50,927
29	Television, radio and music	32,827	29,117	37,678	35,057	29,059	33,327	32,232
30	Housewares and small electrical appliances	25,526	26,051	26,031	28,339	32,284	33,438	35,006
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	20,892	16,554	22,570	34,262	47,424	38,045	35,478
32	Plumbing, heating and building materials	6,876	5,756	7,315	9,598	11,487	12,537	14,608
33	Jewellery	10,829	12,325	18,174	19,441	24,284	20,956	19,203
34	Toys and games	12,547	13,054	18,893	20,478	18,223	18,342	17,077
35	Sporting goods and luggage	18,858	16,132	20,308	26,535	32,932	31,750	34,266
36	Stationery, books and magazines	22,137	21,397	24,734	24,307	26,250	26,898	25,563
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	11,902	10,041	11,563	14,331	15,342	17,891	17,780
38	Meals and lunches	19,374	17,630	21,869	20,788	21,308	21,007	21,351
39	Repairs and services	10,898	9,123	11,565	10,986	12,149	10,430	10,862
40	All other departments	24,801	21,916	29,183	33,858	45,181	42,342	38,482
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	692,108	647,065	849,077	901,404	990,625	930,389	941,728

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984						Change	Rayon	N <sup>o</sup>
						Variation		
July	August	September	October	November	December	May 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mai 1985/1984		
thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
14,527	16,610	15,545	16,077	17,081	22,831	+ 30.0	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
7,107	15,796	20,934	26,631	28,221	23,182	+ 3.5	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
45,814	51,007	65,785	56,248	64,239	78,205	+ 18.9	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
1,150	1,786	3,464	5,537	9,114	7,811	- 22.0	Fourrures	4
18,921	27,253	25,928	26,838	29,012	36,901	+ 12.2	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
11,910	26,247	19,159	15,231	22,441	23,697	+ 16.5	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
15,964	15,531	17,723	18,511	29,712	48,995	+ 4.0	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
10,175	10,574	11,857	9,940	11,570	15,153	+ 11.8	Sous-vêtements	8
1,136	1,140	1,855	2,716	4,273	4,013	+ 7.3	Chapeaux	9
6,474	8,038	12,557	11,538	12,862	16,253	+ 5.3	Bas pour dames et fillettes	10
10,029	11,396	17,064	17,847	28,737	41,120	+ 8.9	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
18,077	24,640	31,867	29,925	34,475	32,200	+ 14.3	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
25,454	32,728	43,011	41,679	62,353	81,772	+ 11.6	Vêtements pour hommes	13
36,207	34,659	44,443	42,759	72,134	118,770	+ 17.2	Articles d'habillement pour hommes	14
9,824	20,360	13,500	13,041	17,219	24,605	+ 13.5	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
12,464	14,726	17,150	16,448	22,534	26,104	+ 17.0	Chaussures pour hommes et garçons	16
51,819	60,156	54,011	59,062	79,422	86,944	- 1.1	Produits alimentaires et connexes	17
44,666	46,450	49,117	51,859	68,184	126,980	+ 11.0	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
12,554	13,457	11,839	11,295	15,599	29,572	- 6.4	Appareils et fournitures photographiques	19
3,229	3,842	4,249	4,530	4,704	3,605	- 0.6	Tissus à la pièce	20
30,586	29,930	32,010	27,969	33,925	46,184	+ 5.6	Literie et linde de maison	21
6,819	7,080	10,441	9,572	10,645	12,761	+ 8.2	Menus articles	22
10,291	9,358	11,727	11,760	20,210	37,306	+ 3.6	Porcelaine et verrerie	23
11,682	10,756	12,402	14,153	16,099	11,948	+ 10.4	Revêtements de plancher	24
15,380	13,939	15,563	15,731	17,663	17,044	- 2.0	Tentures, rideaux et housses	25
7,509	7,168	8,343	8,307	13,047	20,568	- 15.0	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
51,873	40,197	44,737	47,236	47,918	43,200	- 3.7	Meubles	27
47,610	43,523	46,869	47,118	52,088	54,816	+ 2.5	Gros appareils ménagers	28
35,416	37,145	53,295	45,651	57,889	89,000	- 12.8	Télévision, radio et musique	29
32,459	33,028	31,912	35,955	47,449	80,759	- 3.5	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
27,106	24,754	22,203	26,503	29,629	35,435	+ 24.7	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
11,210	9,789	9,339	10,353	10,639	11,442	- 8.4	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
16,213	16,949	20,787	17,998	29,894	67,633	+ 15.9	Bijouterie	33
17,864	17,840	20,513	31,689	62,080	91,424	- 0.6	Jouets et jeux	34
29,212	24,133	20,752	19,092	28,011	47,844	+ 3.7	Articles de sport et valises	35
23,305	33,881	32,195	24,710	43,591	74,184	- 2.4	Papeterie, livres et revues	36
14,861	17,428	13,686	19,614	20,963	21,877	- 14.2	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
20,066	21,536	20,778	21,952	26,163	32,636	+ 1.4	Repas et casse-croûtes	38
9,421	9,745	10,033	12,098	15,849	13,683	+ 16.5	Services et travaux de réparation	39
30,208	27,848	28,722	31,887	36,654	57,324	+ 6.7	Tous autres rayons	40
806,592	872,423	947,365	957,060	1,254,292	1,715,781	+ 6.5	TOTAL, TOUS RAYONS	41



TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985

Department	1985					1984	
	January	February	March	April <sup>F</sup>	May <sup>P</sup>	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril <sup>F</sup>	Mai <sup>P</sup>	Mai	Juin
No.	thousands of dollars						
	milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	16,279	15,795	17,758	17,242	18,952	15,110	16,338
2 Women's and misses' coats and suits	16,443	16,891	19,946	17,202	18,141	17,404	18,259
3 Women's and misses' sportswear	54,938	55,909	59,245	58,951	62,649	53,779	60,147
4 Furs	3,164	3,111	2,555	4,820	2,401	2,712	2,584
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	24,881	25,953	25,999	24,552	25,139	22,373	24,918
6 Girls' and teenage girls' wear	17,218	15,735	19,400	17,879	18,812	16,358	16,860
7 Lingerie and women's sleepwear	20,356	19,788	20,443	19,720	20,667	20,482	20,509
8 Intimate apparel	11,360	11,190	11,745	11,584	11,738	10,477	10,760
9 Millinery	1,974	1,917	1,949	1,978	2,014	1,944	1,953
10 Women's and girls' hosiery	10,653	10,544	11,216	10,834	11,087	10,849	10,585
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	17,288	17,260	17,785	17,042	17,811	16,667	16,481
12 Women's, misses' and children's footwear	25,658	25,496	26,839	26,192	28,046	24,679	25,136
13 Men's clothing	38,231	39,618	40,519	40,743	42,451	38,547	39,922
14 Men's furnishings	47,824	48,841	52,864	50,736	54,781	48,202	49,476
15 Boys' clothing and furnishings	14,071	13,853	14,660	13,815	14,199	12,723	13,449
16 Men's and boys' footwear	17,615	15,993	18,771	16,538	17,083	14,953	16,771
17 Food and kindred products	61,438	62,596	62,967	62,276	61,419	61,581	60,142
18 Toiletries, cosmetics and drugs	56,885	58,066	58,495	57,753	59,016	53,197	51,444
19 Photographic equipment and supplies	12,556	11,919	12,566	12,729	12,255	13,147	13,022
20 Piece goods	3,360	3,713	3,817	3,516	3,875	3,967	3,883
21 Linens and domestics	29,407	30,819	31,873	30,750	31,324	29,784	28,501
22 Smallwares and notions	8,670	8,923	9,340	8,945	9,167	8,621	8,292
23 China and glassware	12,588	12,669	13,280	13,536	13,394	13,146	12,973
24 Floor coverings	10,566	11,628	11,900	12,229	13,224	11,677	11,667
25 Draperies, curtains and furniture coverings	13,993	14,220	14,409	14,007	14,613	15,181	14,176
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7,585	7,882	8,215	8,682	7,780	8,963	8,489
27 Furniture	45,164	45,043	48,178	50,116	44,960	45,446	45,467
28 Major appliances	44,538	45,415	46,768	46,833	45,623	44,677	44,530
29 Television, radio and music	39,940	42,429	43,009	43,394	37,900	42,909	42,536
30 Housewares and small electrical appliances	36,843	35,867	36,644	34,901	34,763	35,599	36,492
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	29,058	26,480	28,516	32,688	33,753	27,437	27,980
32 Plumbing, heating and building materials	9,483	8,794	9,358	9,095	9,340	10,315	10,638
33 Jewellery	22,559	22,962	24,811	24,990	25,511	22,645	21,970
34 Toys and games	31,623	30,273	32,068	30,796	29,992	29,402	27,291
35 Sporting goods and luggage	27,258	28,226	27,382	27,220	27,078	26,401	26,066
36 Stationery, books and magazines	31,571	31,127	32,423	31,644	31,616	33,053	30,548
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	14,318	14,487	14,300	14,330	14,302	16,554	17,117
38 Meals and lunches	21,966	22,022	22,816	22,349	22,210	21,961	21,723
39 Repairs and services	12,324	11,202	11,876	11,612	12,118	10,586	10,896
40 All other departments	34,387	33,577	34,586	33,467	34,322	32,122	32,933
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	956,034	958,235	1,001,292	987,684	995,527	945,624	952,922

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984						Change - Variation		Rayon	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December	May/ April 1985			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mai/ avril 1985			
thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
16,055	16,845	15,882	16,617	15,842	16,012	+ 9.9	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1	
16,774	14,729	17,333	16,392	17,232	16,572	+ 5.5	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2	
54,537	53,278	53,486	55,615	56,579	54,511	+ 6.3	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3	
2,939	2,855	3,696	3,873	4,221	3,331	- 50.2	Fourrures	4	
22,823	24,678	24,553	24,422	24,817	24,467	+ 2.4	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
16,211	17,413	17,111	16,023	18,236	16,047	+ 5.2	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
19,795	19,738	19,607	19,641	20,378	20,071	+ 4.8	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
11,106	10,570	11,159	10,873	10,959	11,092	+ 1.3	Sous-vêtements	8	
1,983	1,793	2,052	1,982	2,028	1,680	+ 1.8	Chapeaux	9	
9,773	10,117	10,667	10,291	10,520	10,290	+ 2.3	Bas pour dames et fillettes	10	
16,283	15,081	16,601	16,677	18,139	17,143	+ 4.5	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11	
24,729	25,056	25,283	25,169	25,627	25,317	+ 7.1	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
38,507	39,626	39,715	39,739	41,891	41,999	+ 4.2	Vêtements pour hommes	13	
48,594	45,269	47,988	46,847	48,385	47,510	+ 8.0	Articles d'habillement pour hommes	14	
13,591	13,295	13,762	13,737	13,786	13,674	+ 2.8	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15	
16,188	15,990	15,880	16,187	16,627	16,975	+ 3.3	Chaussures pour hommes et garçons	16	
61,533	59,047	63,469	61,676	63,157	63,684	- 1.4	Produits alimentaires et connexes	17	
54,455	52,375	56,312	54,878	57,870	57,555	+ 2.2	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18	
13,233	12,931	13,006	12,896	12,936	12,857	- 3.7	Appareils et fournitures photographiques	19	
4,176	3,836	3,755	3,781	3,797	3,629	+ 10.2	Tissus à la pièce	20	
29,681	29,133	29,269	28,038	30,857	29,597	+ 1.9	Literie et linge de maison	21	
8,442	8,126	8,877	8,357	8,515	8,762	+ 2.5	Menus articles	22	
13,334	11,792	12,990	13,600	13,583	13,907	- 1.1	Porcelaine et verrerie	23	
11,491	11,457	12,519	11,633	13,009	12,068	+ 8.1	Revêtements de plancher	24	
14,840	14,276	15,352	14,812	15,110	14,833	+ 4.3	Tentures, rideaux et housses	25	
9,004	8,331	8,773	8,359	8,847	8,949	- 10.4	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26	
44,259	39,641	45,147	45,790	46,458	45,024	- 10.3	Meubles	27	
42,305	43,362	45,032	43,571	46,663	50,116	- 2.6	Gros appareils ménagers	28	
43,673	42,112	46,607	43,152	43,204	44,107	- 12.7	Télévision, radio et musique	29	
36,813	36,145	35,907	36,198	37,240	36,971	- 0.4	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30	
28,029	27,024	24,887	25,922	27,767	26,309	+ 3.3	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31	
10,255	9,878	10,329	9,798	9,967	10,763	+ 2.7	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32	
22,600	21,265	21,877	21,570	21,977	22,753	+ 2.1	Bijouterie	33	
28,279	28,106	32,175	30,291	27,851	26,188	- 2.6	Jouets et jeux	34	
26,343	26,484	25,763	25,614	27,099	25,640	- 0.5	Articles de sport et valises	35	
31,595	30,702	31,829	29,518	32,280	31,347	- 0.1	Papeterie, livres et revues	36	
16,197	17,495	16,480	16,849	15,825	16,567	- 0.2	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
22,002	21,599	22,082	22,107	22,442	22,237	- 0.6	Repas et casse-croûtes	38	
10,840	10,777	11,100	11,094	11,377	11,044	+ 4.4	Services et travaux de réparation	39	
33,407	31,198	34,068	34,937	34,994	34,397	+ 2.6	Tous autres rayons	40	
946,674	923,425	962,379	948,526	978,095	965,994	+ 0.8	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

No.	Province	1985					1984	
		January	February	March	April	May	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Juin
		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Newfoundland	6,952	7,096	9,731	10,888	12,108	11,207	11,345
2	Prince Edward Island	4,074	3,852	4,567	5,274	5,531	5,553	6,168
3	Nova Scotia	18,630	18,740	25,876	28,657	31,526	27,399	28,025
4	New Brunswick	13,276	12,894	18,127	19,339	21,776	21,436	21,275
5	Quebec	130,436	121,067	160,174	175,359	199,264	184,124	178,268
6	Ontario	248,605	230,686	304,119	329,678	358,424	334,986	348,590
7	Manitoba	34,415	33,067	46,213	48,619	51,033	48,292	49,252
8	Saskatchewan	22,137	20,906	27,964	29,300	31,499	29,020	29,464
9	Alberta	97,925	91,754	117,811	117,594	131,665	124,268	124,800
10	British Columbia	115,658	107,002	134,497	136,697	147,799	141,495	141,559
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	2,608	2,983
12	CANADA	692,108	647,065	849,077	901,404	990,625	930,389	941,728

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985					1984	
		January	February	March	April	May	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Juin
		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Calgary	37,702	35,612	45,068	44,971	50,471	47,114	46,703
2	Edmonton	44,148	40,891	52,733	52,316	59,076	56,432	56,832
3	Halifax-Dartmouth	11,130	10,743	14,671	15,563	17,662	14,739	14,867
4	Hamilton	19,486	16,635	21,422	24,210	26,387	24,715	25,922
5	Montreal	78,812	73,022	94,865	102,956	115,914	105,975	104,741
6	Ottawa-Hull	30,661	27,879	37,643	38,845	45,490	42,693	42,163
7	Quebec City	18,428	16,465	21,969	23,695	28,547	27,559	25,779
8	Toronto	99,553	95,090	125,686	130,664	139,376	130,168	138,276
9	Vancouver	70,220	64,386	80,280	80,174	87,331	82,622	82,772
10	Winnipeg	31,341	29,981	41,482	43,706	46,154	43,720	44,397

TABLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1984 et 1985

1984						Change Variation	Province	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December	May 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mai 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
9,442	11,317	11,141	12,329	16,271	23,157	+ 8.0	Terre-Neuve	1
6,177	6,375	5,490	5,624	7,412	10,707	- 0.4	Île-du-Prince-Édouard	2
25,131	28,836	28,999	30,813	43,553	61,171	+ 15.1	Nouvelle-Écosse	3
18,421	20,079	20,138	21,328	30,789	40,972	+ 1.6	Nouveau-Brunswick	4
150,887	163,813	176,106	182,239	230,121	311,798	+ 8.2	Québec	5
292,171	312,209	341,081	346,765	472,695	652,243	+ 7.0	Ontario	6
43,233	45,526	52,448	49,639	65,859	85,871	+ 5.7	Manitoba	7
26,331	27,248	31,473	30,177	41,146	53,485	+ 8.5	Saskatchewan	8
104,897	116,810	127,993	126,976	158,726	218,029	+ 6.0	Alberta	9
127,425	137,534	149,146	148,115	184,827	253,420	+ 4.5	Colombie-Britannique	10
2,478	2,674	3,350	3,054	2,894	4,928	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
806,592	872,423	947,365	957,060	1,254,292	1,715,781	+ 6.5	CANADA	12

TABLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

1984						Change Variation	Certaines zones métropolitaines	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December	May 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mai 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
41,049	43,591	49,079	48,618	60,020	83,892	+ 7.1	Calgary	1
48,855	53,470	57,612	57,446	71,344	96,074	+ 4.7	Edmonton	2
13,030	15,745	16,665	17,572	24,904	32,904	+ 19.8	Halifax-Dartmouth	3
21,566	22,156	24,493	25,892	32,526	50,915	+ 6.8	Hamilton	4
84,768	93,911	106,689	108,137	138,914	190,400	+ 9.4	Montréal	5
34,535	38,390	42,719	44,593	56,416	73,494	+ 6.6	Ottawa-Hull	6
23,024	23,843	24,577	25,644	31,863	40,556	+ 3.6	Ville de Québec	7
114,163	119,291	139,209	139,154	188,655	263,715	+ 7.1	Toronto	8
72,695	78,140	88,171	87,881	108,850	148,953	+ 5.7	Vancouver	9
39,143	41,157	47,664	44,889	59,918	76,858	+ 5.6	Winnipeg	10

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

No.	Province	1985					1984	
		January	February	March	April	May	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Juin
		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x
2	Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x
3	Nova Scotia	7,353	6,567	9,188	9,717	10,259	8,116	8,257
4	New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x
5	Quebec	75,980	67,700	90,490	95,938	109,889	103,437	99,753
6	Ontario	153,708	138,416	185,694	191,431	206,083	201,192	208,432
7	Manitoba	23,448	21,585	30,515	30,889	30,978	30,407	31,344
8	Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x
9	Alberta	76,498	69,584	87,813	86,695	95,243	91,972	93,174
10	British Columbia	95,162	86,133	107,111	107,696	113,074	111,637	112,125
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	x	x
12	CANADA	453,711	409,143	537,063	549,234	594,109	577,533	584,661

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985					1984	
		January	February	March	April	May	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Juin
		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Calgary	30,048	27,906	34,770	34,678	37,994	35,808	35,852
2	Edmonton	35,184	31,384	40,019	39,005	43,339	42,439	43,076
3	Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x
4	Hamilton	14,872	12,214	15,555	17,471	18,781	18,110	18,853
5	Montreal	51,972	47,044	61,779	65,112	74,094	67,703	65,971
6	Ottawa-Hull	19,758	16,730	23,497	22,833	27,075	26,767	25,979
7	Quebec City	x	x	x	x	x	x	x
8	Toronto	72,416	69,020	93,501	93,067	97,410	93,328	98,375
9	Vancouver	62,059	56,067	69,426	68,968	74,419	70,877	71,257
10	Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x



TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985[illegible]

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

No.	Province	1985					1984	
		January	February	March	April	May	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Juin
		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x
2	Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x
3	Nova Scotia	11,277	12,173	16,688	18,939	21,267	19,283	19,768
4	New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x
5	Quebec	54,456	53,367	69,684	79,421	89,375	80,687	78,515
6	Ontario	94,898	92,269	118,425	138,246	152,341	133,794	140,158
7	Manitoba	10,967	11,482	15,698	17,729	20,055	17,885	17,907
8	Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x
9	Alberta	21,426	22,170	29,998	30,899	36,422	32,296	31,626
10	British Columbia	20,496	20,869	27,386	29,001	34,725	29,857	29,434
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	x	x
12	CANADA	238,397	237,922	312,014	352,171	396,516	352,855	357,066

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985					1984	
		January	February	March	April	May	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Juin
		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Calgary	7,655	7,707	10,298	10,293	12,477	11,306	10,851
2	Edmonton	8,965	9,507	12,714	13,311	15,738	13,993	13,756
3	Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x
4	Hamilton	4,614	4,421	5,868	6,739	7,606	6,605	7,069
5	Montreal	26,840	25,978	33,087	37,844	41,819	38,271	38,770
6	Ottawa-Hull	10,903	11,149	14,147	16,012	18,416	15,926	16,184
7	Quebec City	x	x	x	x	x	x	x
8	Toronto	27,136	26,070	32,185	37,597	41,966	36,840	39,902
9	Vancouver	8,161	8,320	10,854	11,206	12,913	11,746	11,515
10	Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985[illegible]

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

No.	Province	1985					1984
		January	February	March	April	May	May
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai
		number - nombre					
1	Newfoundland	14	14	14	14	14	14
2	Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7
3	Nova Scotia	33	33	33	34	34	32
4	New Brunswick	27	27	27	27	27	27
5	Quebec	163	163	163	163	163	160
6	Ontario	297	297	297	297	297	298
7	Manitoba	38	38	38	38	38	38
8	Saskatchewan	32	32	32	32	32	31
9	Alberta	81	81	81	81	81	84
10	British Columbia	102	101	101	101	102	103
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	6
12	CANADA	794(1)	793	793	794	795	800

(1) The decrease of seven stores is due to the reclassification of these department stores to other kinds of business.

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985					1984
		January	February	March	April	May	May
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai
		number - nombre					
1	Calgary	26	26	26	26	26	26
2	Edmonton	33	33	33	33	33	33
3	Halifax-Dartmouth	14	14	14	14	15	13
4	Hamilton	24	24	24	24	25	24
5	Montreal	76	76	76	76	76	75
6	Ottawa-Hull	32	32	32	32	32	33
7	Quebec City	22	22	22	22	22	20
8	Toronto	88	88	88	88	88	88
9	Vancouver	41	41	41	41	42	41
10	Winnipeg	30	30	30	30	30	30

1984							Province	N <sup>o</sup>
June	July	August	September	October	November	December		
Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre								
14	14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
32	32	33	33	33	33	33	Nouvelle-Écosse	3
27	27	27	27	27	27	27	Nouveau-Brunswick	4
160	160	160	160	161	163	163	Québec	5
298	298	297	297	298	298	298	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
31	31	31	31	32	32	32	Saskatchewan	8
84	84	81	81	81	81	81	Alberta	9
103	103	102	102	102	102	102	Colombie-Britannique	10
6	6	6	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
800	800	796	796	799	801	801	CANADA	12

(1) La baisse de sept magasins a été causée par la reclassification de ces magasins à d'autres genres de commerce.

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

1984								
June	July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	
Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		N <sup>o</sup>
number - nombre								
26	26	26	26	26	26	26	Calgary	1
33	33	33	33	33	33	33	Edmonton	2
13	13	14	14	14	14	14	Halifax-Dartmouth	3
24	24	24	24	24	24	24	Hamilton	4
75	75	75	75	75	76	76	Montréal	5
33	33	32	32	32	32	32	Ottawa-Hull	6
20	21	21	21	21	22	22	Ville de Québec	7
88	88	88	88	88	88	88	Toronto	8
41	41	41	41	41	41	41	Vancouver	9
30	30	30	30	30	30	30	Winnipeg	10



TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

		1985					1984
Province	January	February	March	April	May	May	
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	
No.	number - nombre						
1	Newfoundland	6	6	6	6	8	
2	Prince Edward Island	3	3	3	3	3	
3	Nova Scotia	7	7	7	7	6	
4	New Brunswick	4	4	4	4	4	
5	Quebec	55	55	55	54	55	
6	Ontario	109	109	109	109	113	
7	Manitoba	18	18	18	17	18	
8	Saskatchewan	15	15	15	15	16	
9	Alberta	46	46	46	45	49	
10	British Columbia	60	59	59	53	61	
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	5	
12	CANADA	323	322	322	313	338	

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

		1985					1984
Selected metropolitan areas		January	February	March	April	May	May
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai
No.		number - nombre					
1	Calgary	14	14	14	14	14	14
2	Edmonton	18	18	18	18	18	18
3	Halifax-Dartmouth	6	6	6	6	6	5
4	Hamilton	14	14	14	14	14	14
5	Montreal	30	30	30	30	30	30
6	Ottawa-Hull	12	12	12	12	12	13
7	Quebec City	8	8	8	8	8	8
8	Toronto	40	40	40	40	40	40
9	Vancouver	26	26	26	26	27	26
10	Winnipeg	13	13	13	13	13	13

TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985

1984							Province	N <sup>o</sup>
June	July	August	September	October	November	December		
Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre								
8	8	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2
6	6	7	7	7	7	7	Nouvelle-Écosse	3
4	4	4	4	4	4	4	Nouveau-Brunswick	4
55	55	54	54	55	55	55	Québec	5
113	113	110	110	110	110	110	Ontario	6
18	18	18	18	18	18	18	Manitoba	7
16	16	15	15	15	15	15	Saskatchewan	8
49	49	46	46	46	46	46	Alberta	9
61	61	60	60	60	60	60	Colombie-Britannique	10
5	5	5	5	5	5	5	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
338	338	328	328	329	329	329	CANADA	12

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

1984								
June	July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	No
Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre								
14	14	14	14	14	14	14	Calgary	1
18	18	18	18	18	18	18	Edmonton	2
5	5	6	6	6	6	6	Halifax-Dartmouth	3
14	14	14	14	14	14	14	Hamilton	4
30	30	30	30	30	30	30	Montréal	5
13	13	12	12	12	12	12	Ottawa-Hull	6
8	8	8	8	8	8	8	Ville de Québec	7
40	40	40	40	40	40	40	Toronto	8
26	26	26	26	26	26	26	Vancouver	9
13	13	13	13	13	13	13	Winnipeg	10

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

		1985					1984
Province		January	February	March	April	May	May
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai
No.		number - nombre					
1	Newfoundland	8	8	8	8	8	6
2	Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4
3	Nova Scotia	26	26	26	27	27	26
4	New Brunswick	23	23	23	23	23	23
5	Quebec	108	108	108	108	109	105
6	Ontario	188	188	188	188	188	185
7	Manitoba	20	20	20	20	21	20
8	Saskatchewan	17	17	17	17	17	15
9	Alberta	35	35	35	35	36	35
10	British Columbia	42	42	42	42	49	42
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	1
12	CANADA	471	471	471	472	482	462

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

		1985					1984
Selected metropolitan areas		January	February	March	April	May	May
No.		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai
		number - nombre					
1	Calgary	12	12	12	12	12	12
2	Edmonton	15	15	15	15	15	15
3	Halifax-Dartmouth	8	8	8	8	9	8
4	Hamilton	10	10	10	10	11	10
5	Montreal	46	46	46	46	46	45
6	Ottawa-Hull	20	20	20	20	20	20
7	Quebec City	14	14	14	14	14	13
8	Toronto	48	48	48	48	48	48
9	Vancouver	15	15	15	15	15	15
10	Winnipeg	17	17	17	17	17	17

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985

1984							Province	N <sup>o</sup>
June Juin	July Juillet	August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	December Décembre		
6	6	8	8	8	8	8	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
26	26	26	26	26	26	26	Nouvelle-Écosse	3
23	23	23	23	23	23	23	Nouveau-Brunswick	4
105	105	106	106	106	108	108	Québec	5
185	185	187	187	188	188	188	Ontario	6
20	20	20	20	20	20	20	Manitoba	7
15	15	16	16	17	17	17	Saskatchewan	8
35	35	35	35	35	35	35	Alberta	9
42	42	42	42	42	42	42	Colombie-Britannique	10
1	1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
<b>462</b>	<b>462</b>	<b>468</b>	<b>468</b>	<b>470</b>	<b>472</b>	<b>472</b>	<b>CANADA</b>	<b>12</b>

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]

TABLE 15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985  
January-May

TABLÉAU 15. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985  
Janvier-mai

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1985/1984
		1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	68,648	78,737	+ 14.7
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	72,800	74,569	+ 2.4
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et jeunes filles	228,998	256,689	+ 12.1
4	Furs - Fourrures	11,025	11,993	+ 8.8
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	103,649	107,795	+ 4.0
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	65,521	73,419	+ 12.1
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	74,389	75,566	+ 1.6
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	48,987	52,605	+ 7.4
9	Millinery - Chapeaux	6,224	6,613	+ 6.3
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	49,492	49,927	+ 0.9
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	59,774	64,405	+ 7.7
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	105,390	112,368	+ 6.6
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	145,408	158,178	+ 8.8
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	167,678	179,964	+ 7.3
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habille- ment pour garçons	50,646	54,664	+ 7.9
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	67,217	71,733	+ 6.7
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	283,878	297,192	+ 4.7
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	220,086	242,432	+ 10.2
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	48,771	45,411	- 6.9
20	Piece goods - Tissus à la pièce	19,476	17,424	- 10.5
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	117,729	128,302	+ 9.0
22	Smallwares and notions - Menus articles	37,434	40,492	+ 8.2
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	46,312	48,389	+ 4.5
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	56,303	55,317	- 1.8
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	67,692	63,849	- 5.7
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	33,793	30,262	- 10.4
27	Furniture - Meubles	207,399	219,649	+ 5.9
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	195,522	201,986	+ 3.3
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique	169,592	163,738	- 3.5
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	140,125	138,231	- 1.4
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	119,342	141,702	+ 18.7
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	48,520	41,032	- 15.4
33	Jewellery - Bijouterie	76,802	85,053	+ 10.7
34	Toys and games - Jouets et jeux	74,933	83,195	+ 11.0
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	108,700	114,765	+ 5.6
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	116,818	118,825	+ 1.7
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	79,651	63,179	- 20.7
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	100,736	100,969	+ 0.2
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	47,413	54,721	+ 15.4
40	All other departments - Tous autres rayons	146,757	154,939	+ 5.6
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	3,889,630	4,080,279	+ 4.9



TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985  
January-May

TABLERAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1984 et 1985  
Janvier-mai

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>r</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	43,114	46,775	+ 8.5
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	22,351	23,298	+ 4.2
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	110,685	123,429	+ 11.5
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	82,640	85,412	+ 3.4
Québec	735,506	786,300	+ 6.9
Ontario	1,384,400	1,471,512	+ 6.3
Manitoba	203,402	213,347	+ 4.9
Saskatchewan	127,101	131,806	+ 3.7
Alberta	543,231	556,749	+ 2.5
British Columbia - Colombie-Britannique	625,896	641,653	+ 2.5
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11,301	-	...
<b>CANADA</b>	<b>3,889,630</b>	<b>4,080,279</b>	<b>+ 4.9</b>

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985  
January-May

TABLERAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines,  
1984 et 1985  
Janvier-mai

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>r</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	205,461	213,824	+ 4.1
Edmonton	247,477	249,164	+ 0.7
Halifax-Dartmouth	60,389	69,769	+ 15.5
Hamilton	102,964	108,140	+ 5.0
Montréal	433,509	465,569	+ 7.4
Ottawa-Hull	172,025	180,518	+ 4.9
Quebec City - Ville de Québec	105,191	109,104	+ 3.7
Toronto	552,460	590,369	+ 6.9
Vancouver	370,697	382,391	+ 3.2
Winnipeg	184,650	192,664	+ 4.3

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985  
January-May

TABLERAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985  
Janvier-mai

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	34,565	43,084	+ 24.6
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	421,638	439,997	+ 4.4
Ontario	850,473	875,332	+ 2.9
Manitoba	133,673	137,415	+ 2.8
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	413,198	415,833	+ 0.6
British Columbia - Colombie-Britannique	503,385	509,176	+ 1.2
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	-	...
CANADA	2,489,034	2,543,260	+ 2.2

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985  
January-May

TABLERAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985  
Janvier-mai

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	160,669	165,396	+ 2.9
Edmonton	191,191	188,931	- 1.2
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	75,350	78,893	+ 4.7
Montréal	282,879	300,001	+ 6.1
Ottawa-Hull	109,329	109,893	+ 0.5
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	403,468	425,414	+ 5.4
Vancouver	321,966	330,939	+ 2.8
Winnipeg	x	x	x

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985  
January-May

TABLEAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985  
Janvier-mai

Province	Sales - Ventes		Change
			1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	76,121	80,344	+ 5.5
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	313,867	346,303	+ 10.3
Ontario	533,928	596,179	+ 11.7
Manitoba	69,728	75,931	+ 8.9
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	130,033	140,915	+ 8.4
British Columbia - Colombie-Britannique	122,512	132,477	+ 8.1
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	-	...
CANADA	1,400,597	1,537,020	+ 9.7

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985  
January-May

TABLEAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines,  
1984 et 1985  
Janvier-mai

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change
			1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	44,792	48,430	+ 8.1
Edmonton	56,285	60,235	+ 7.0
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	27,614	29,248	+ 5.9
Montréal	150,626	165,568	+ 9.9
Ottawa-Hull	62,697	70,627	+ 12.6
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	148,993	164,954	+ 10.7
Vancouver	48,733	51,454	+ 5.6
Winnipeg	x	x	x

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1983-1985

TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1983-1985

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
<b>1983:</b>						
January - Janvier	623,021	100.0	416,075	66.8	206,946	33.2
February - Février	603,808	100.0	400,059	66.3	203,749	33.7
March - Mars	787,544	100.0	517,493	65.7	270,051	34.3
April - Avril	775,226	100.0	496,409	64.0	278,817	36.0
May - Mai	842,133	100.0	524,430	62.3	317,702	37.7
June - Juin	920,150	100.0	578,341	62.9	341,809	37.1
July - Juillet	813,746	100.0	510,481	62.7	303,265	37.3
August - Août	850,885	100.0	528,907	62.2	321,978	37.8
September - Septembre	922,067	100.0	609,641	66.1	312,425	33.9
October - Octobre	922,014	100.0	605,042	65.6	316,972	34.4
November - Novembre	1,138,763	100.0	741,909	65.2	396,854	34.8
December - Décembre	1,731,121	100.0	1,078,633	62.3	652,488	37.7
Year - Année	10,930,478	100.0	7,007,420	64.1	3,923,056	35.9
<b>1984:</b>						
January - Janvier	649,626	100.0	433,177	66.7	216,450	33.3
February - Février	659,594	100.0	426,537	64.7	233,057	35.3
March - Mars	806,999	100.0	529,691	65.6	277,309	34.4
April - Avril	843,022	100.0	522,096	61.9	320,926	38.1
May - Mai	930,389	100.0	577,533	62.1	352,855	37.9
June - Juin	941,728	100.0	584,661	62.1	357,066	37.9
July - Juillet	806,592	100.0	496,195	61.5	310,397	38.5
August - Août	872,423	100.0	530,591	60.8	341,831	39.2
September - Septembre	947,365	100.0	619,430	65.4	327,935	34.6
October - Octobre	957,060	100.0	611,524	63.9	345,536	36.1
November - Novembre	1,254,292	100.0	799,105	63.7	455,187	36.3
December - Décembre	1,715,781	100.0	1,049,201	61.2	666,580	38.8
Year - Année	11,384,871	100.0	7,179,741	63.1	4,205,129	36.9
<b>1985:</b>						
January - Janvier	692,108	100.0	453,711	65.6	238,397	34.4
February - Février	647,065	100.0	409,143	63.2	237,922	36.8
March - Mars	849,077	100.0	537,063	63.3	312,014	36.7
April - Avril	901,404	100.0	549,234	60.9	352,171	39.1
May - Mai	990,625	100.0	594,109	60.0	396,516	40.0
June - Juin						
July - Juillet						
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

**TABLE 23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1983-1985**  
May

**TABLEAU 23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1983-1985**  
Mai

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1985/1984
	1983	1984	1985	Variation 1985/1984
Province et certaines zones métropolitaines	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	6.0	5.9	5.9	-
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	12.6	11.9	11.1	- 6.7
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	8.4	7.6	7.7	+ 1.3
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	8.4	7.9	7.5	- 5.1
Québec	7.1	6.8	6.7	- 1.5
Ontario	9.0	8.8	8.3	- 5.7
Manitoba	12.4	12.4	11.1	- 10.5
Saskatchewan	6.9	7.7	7.5	- 2.6
Alberta	12.6	12.3	11.2	- 8.9
British Columbia - Colombie-Britannique	13.3	12.7	12.0	- 5.5
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	10.2	9.5	...	...
<b>CANADA</b>	<b>9.4</b>	<b>9.1</b>	<b>8.6</b>	<b>- 5.5</b>
Montréal	9.0	8.3	8.4	+ 1.2
Toronto	9.5	9.5	9.0	- 5.3
Winnipeg	17.2	17.1	15.5	- 9.4
Vancouver	15.8	14.5	14.2	- 2.1



TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985					1984		
		January	February	March	April	May	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	39,185	43,993	56,955	60,797	54,107	51,198	40,413	55,968
2	Women's and misses' coats and suits	48,419	65,516	68,340	61,861	53,789	28,513	26,471	59,431
3	Women's and misses' sportswear	128,354	150,980	171,399	178,900	166,346	172,112	147,677	155,739
4	Furs	23,715	19,658	14,917	27,476	28,928	22,679	22,198	25,502
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	71,653	67,973	77,245	89,457	84,937	81,845	79,161	90,156
6	Girls' and teenage girls' wear	37,234	51,030	59,132	54,914	58,342	47,237	40,352	53,772
7	Lingerie and women's sleepwear	44,161	42,405	47,653	55,747	53,175	55,541	48,049	49,371
8	Intimate apparel	46,429	41,490	43,624	45,951	44,588	40,238	38,473	37,751
9	Millinery	3,119	3,418	2,548	3,521	2,990	2,794	2,424	2,945
10	Women's and girls' hosiery	37,889	34,836	38,986	42,035	37,480	32,810	29,133	30,118
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	49,934	48,511	53,600	57,748	53,111	50,237	41,822	47,291
12	Women's, misses' and children's footwear	87,816	99,585	121,486	122,004	113,930	104,899	92,464	98,607
13	Men's clothing	124,638	156,531	171,752	194,346	190,644	159,398	137,113	150,094
14	Men's furnishings	143,096	145,075	166,369	193,067	194,853	172,977	140,513	133,222
15	Boys' clothing and furnishings	42,748	45,631	47,836	46,461	42,819	38,344	36,281	51,349
16	Men's and boys' footwear	59,521	57,489	76,236	80,077	90,324	83,054	70,005	73,069
17	Food and kindred products	41,847	35,361	37,872	38,427	35,161	25,906	33,843	32,309
18	Toiletries, cosmetics and drugs	255,555	208,248	225,060	236,131	234,780	194,867	196,312	210,831
19	Photographic equipment and supplies	55,504	44,500	49,665	52,185	51,054	55,047	55,856	56,342
20	Piece goods	17,949	16,873	21,571	18,654	20,683	24,990	24,546	24,526
21	Linens and domestics	128,300	127,853	134,314	146,716	148,825	152,652	143,760	142,578
22	Smallwares and notions	38,175	35,879	37,555	44,184	47,806	43,453	46,057	46,679
23	China and glassware	68,077	74,719	66,029	85,463	84,766	98,860	85,908	92,347
24	Floor coverings	50,742	47,734	49,746	51,134	51,347	56,148	59,150	60,632
25	Draperies, curtains and furniture coverings	70,093	60,655	65,910	68,661	68,008	74,976	70,820	72,673
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	56,372	53,190	57,261	60,255	63,533	50,640	54,488	58,424
27	Furniture	145,059	145,868	149,735	157,566	152,328	179,016	184,226	184,995
28	Major appliances	67,296	72,678	74,982	76,661	73,394	62,719	64,620	65,513
29	Television, radio and music	133,537	128,146	140,488	153,594	145,992	160,260	160,500	156,545
30	Housewares and small electrical appliances	164,939	151,991	157,505	174,480	166,909	183,963	190,313	187,696
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	116,518	120,579	142,450	148,268	158,719	144,887	149,161	137,559
32	Plumbing, heating and building materials	24,231	21,786	31,394	24,392	25,361	27,226	26,519	27,449
33	Jewellery	109,160	96,901	107,128	113,812	113,439	129,109	117,711	124,710
34	Toys and games	112,665	109,764	121,590	141,558	153,617	92,358	90,917	102,536
35	Sporting goods and luggage	113,507	110,606	133,988	160,378	159,668	158,733	137,362	133,043
36	Stationery, books and magazines	135,422	125,423	130,744	139,442	144,907	148,688	140,628	156,284
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	53,925	50,203	53,851	54,543	53,906	53,543	52,141	47,221
38	Meals and lunches	985	539	654	646	597	532	641	895
39	Repairs and services	5,461	5,566	6,085	6,380	6,081	5,437	5,587	5,629
40	All other departments	58,419	50,976	61,896	72,766	86,123	70,708	64,503	64,053
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,011,649	2,970,159	3,275,551	3,540,658	3,517,367	3,338,594	3,148,118	3,305,854

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984					Change - Variation			
August	September	October	November	December	May/ April 1985	May 1985/1984	Rayon	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mai/ avril 1985	Mai 1985/1984		
thousands of dollars					per cent			NO
milliers de dollars					pourcentage			
54,552	54,325	64,109	57,551	45,548	- 11.0	+ 5.7	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
69,865	83,396	88,387	70,525	50,707	- 13.0	+ 88.6	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
189,720	174,379	195,689	192,828	134,161	- 7.0	- 3.4	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
26,370	25,303	35,994	29,500	25,339	+ 5.3	+ 27.6	Fourrures	4
93,299	85,719	91,718	86,785	80,801	- 5.1	+ 3.8	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
50,212	50,309	56,701	54,375	34,598	+ 6.2	+ 23.5	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
52,703	50,448	66,483	81,616	44,897	- 4.6	- 4.3	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
39,720	35,693	44,763	49,442	45,665	- 3.0	+ 10.8	Sous-vêtements	8
4,342	4,276	4,267	6,080	5,211	- 15.1	+ 7.0	Chapeaux	9
37,850	33,092	36,982	39,445	36,027	- 10.8	+ 14.2	Bas pour dames et fillettes	10
51,018	54,376	71,298	82,743	55,141	- 8.0	+ 5.7	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
112,635	104,743	111,899	107,316	92,122	- 6.6	+ 8.6	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
156,845	166,401	213,654	222,868	146,065	- 1.9	+ 19.6	Vêtements pour hommes	13
38,715	40,887	54,604	47,655	35,467	+ 0.9	+ 12.6	Articles d'habillement pour hommes	14
38,715	40,887	54,604	47,655	35,467	- 7.8	+ 11.7	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
77,227	72,378	84,660	79,040	63,630	+ 12.8	+ 8.8	Chaussures pour hommes et garçons	16
27,184	34,765	45,449	51,232	23,221	- 8.5	+ 35.7	Produits alimentaires et connexes	17
202,695	207,561	260,388	284,466	204,522	- 0.6	+ 20.5	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
54,921	50,689	66,460	58,862	43,806	- 2.2	- 7.3	Appareils et fournitures photographiques	19
28,082	24,503	29,270	27,108	24,799	+ 10.9	- 17.2	Tissus à la pièce	20
135,577	129,818	138,764	154,748	147,039	+ 1.4	- 2.5	Literie et linge de maison	21
44,671	39,451	44,535	41,168	46,044	+ 8.2	+ 10.0	Menus articles	22
92,925	83,388	91,822	97,373	93,193	- 0.8	- 14.3	Porcelaine et verrerie	23
59,094	54,461	54,344	49,781	54,776	+ 0.4	- 8.6	Revêtements de plancher	24
72,848	72,866	75,403	76,311	73,250	- 1.0	- 9.3	Tentures, rideaux et housses	25
56,377	65,919	75,621	75,656	53,262	+ 5.4	+ 25.5	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
164,184	162,420	179,951	151,221	179,768	- 3.3	- 14.9	Meubles	27
61,663	61,703	78,446	80,775	74,426	- 4.3	+ 17.0	Gros appareils ménagers	28
157,612	146,567	172,697	181,676	149,533	- 4.9	- 8.9	Télévision, radio et musique	29
192,066	173,568	180,228	200,634	146,834	- 4.3	- 9.3	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
143,973	127,890	146,733	138,855	130,912	+ 7.0	+ 9.5	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
27,644	27,500	29,249	28,862	33,964	+ 4.0	- 6.9	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
122,027	115,670	141,229	149,624	109,540	- 0.3	- 12.1	Bijouterie	33
108,873	126,251	151,085	181,040	104,574	+ 8.5	+ 66.3	Jouets et jeux	34
128,045	129,385	165,201	153,366	126,179	- 0.4	+ 0.6	Articles de sport et valises	35
147,075	151,325	153,559	189,350	132,241	+ 3.9	- 2.5	Papeterie, livres et revues	36
50,572	46,063	49,132	51,924	62,989	- 1.2	+ 0.7	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
539	458	605	399	166	- 7.6	+ 12.2	Repas et casse-croûtes	38
5,802	5,150	5,593	5,996	5,584	- 4.7	+ 11.8	Services et travaux de réparation	39
63,803	63,363	93,081	91,309	57,384	+ 18.4	+ 21.8	Tous autres rayons	40
3,432,564	3,323,718	3,867,841	3,944,469	3,138,618	- 0.7	+ 5.4	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985

		1985					1984	
Department		January	February	March	April <sup>F</sup>	May <sup>P</sup>	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril <sup>F</sup>	Mai <sup>P</sup>	Mai	Juin
No.		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	45,735	48,351	51,442	50,516	50,276	47,584	47,398
2	Women's and misses' coats and suits	63,109	72,588	75,059	84,334	92,880	49,038	45,424
3	Women's and misses' sportswear	156,229	168,626	165,149	159,828	157,241	159,241	165,104
4	Furs	24,319	23,183	17,231	33,193	30,725	24,917	25,361
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	87,294	81,222	81,633	82,541	86,737	84,066	85,082
6	Girls' and teenage girls' wear	52,472	57,295	55,281	51,922	56,433	45,990	45,915
7	Lingerie and women's sleepwear	52,685	50,921	50,257	50,983	51,826	53,775	54,671
8	Intimate apparel	43,418	43,447	43,864	44,208	44,357	39,581	41,230
9	Millinery	3,225	4,032	3,996	4,601	4,153	3,504	4,036
10	Women's and girls' hosiery	42,233	38,777	39,196	38,929	37,859	32,186	31,311
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	56,562	53,744	52,802	54,450	55,901	52,281	51,738
12	Women's, misses' and children's footwear	104,248	108,220	110,418	106,425	108,297	98,107	96,210
13	Men's clothing	170,022	179,364	175,343	188,419	195,357	166,489	160,430
14	Men's furnishings	171,230	168,225	173,855	181,066	183,887	165,657	160,471
15	Boys' clothing and furnishings	46,768	46,896	47,786	46,066	47,307	42,077	42,239
16	Men's and boys' footwear	68,620	67,613	75,089	72,976	79,390	74,743	74,128
17	Food and kindred products(1)	41,847	35,361	37,872	38,427	35,161	25,906	33,843
18	Toiletries, cosmetics and drugs	234,101	237,087	235,811	234,228	240,673	205,940	211,988
19	Photographic equipment and supplies	56,353	50,418	52,073	49,673	50,122	53,575	57,778
20	Piece goods	21,035	19,459	20,072	19,370	20,285	25,164	25,682
21	Linens and domestics	137,967	131,311	135,121	136,453	136,026	138,691	142,561
22	Smallwares and notions	42,947	41,671	42,114	41,171	43,722	40,059	42,826
23	China and glassware	78,341	78,179	69,539	86,195	81,285	96,186	91,383
24	Floor coverings	51,721	50,635	50,067	49,839	49,217	53,747	55,811
25	Draperies, curtains and furniture coverings	69,592	65,138	65,492	65,554	66,380	73,413	72,644
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	62,811	60,024	58,836	60,995	61,736	48,746	55,758
27	Furniture	157,052	161,100	149,263	142,738	141,736	165,635	184,509
28	Major appliances	67,686	69,887	72,776	72,872	74,656	63,702	68,942
29	Television, radio and music	144,051	143,799	143,539	146,385	145,658	158,961	160,992
30	Housewares and small electrical appliances	166,519	166,956	168,777	166,119	167,173	181,934	187,389
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	133,304	136,677	140,635	142,669	147,142	134,491	139,038
32	Plumbing, heating and building materials	25,569	24,710	30,157	23,107	25,723	27,997	29,649
33	Jewellery	113,695	107,558	110,032	109,837	111,480	126,112	123,894
34	Toys and games	134,627	140,955	144,131	142,071	168,839	105,317	107,435
35	Sporting goods and luggage	140,751	136,655	141,737	138,447	139,596	138,495	135,355
36	Stationery, books and magazines	151,387	151,372	150,936	140,275	141,001	142,105	139,597
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	56,066	55,617	57,004	52,579	52,969	51,873	54,951
38	Meals and lunches(1)	985	539	654	646	597	532	641
39	Repairs and services	5,549	5,890	6,162	6,205	6,195	5,616	5,592
40	All other departments	72,147	64,799	62,522	64,482	77,466	66,144	67,069
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,014,739	2,971,223	3,363,710	3,380,778	3,467,450	3,336,505	3,148,321

(1) Due to the absence of seasonality, the seasonally adjusted data are equal to the unadjusted data.

TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984						Change - Variation		Rayon	N°
July	August	September	October	November	December	May/ April 1985			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mai/ avril 1985			
thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
57,360	59,303	58,302	55,305	51,519	51,690	- 0.5	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1	
52,364	55,865	55,365	57,820	57,334	60,646	+ 10.1	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2	
163,481	185,800	174,624	170,026	164,708	158,595	- 1.6	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3	
28,012	26,237	22,097	26,924	24,465	23,765	- 7.4	Fourrures	4	
77,030	91,267	85,017	78,067	83,123	84,064	+ 5.1	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
44,595	47,761	47,160	49,206	48,746	45,973	+ 8.7	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
54,514	54,728	53,202	52,728	56,677	52,756	+ 1.7	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
39,875	41,838	42,224	42,421	43,037	43,629	+ 0.3	Sous-vêtements	8	
3,990	5,044	4,212	3,174	3,272	3,300	- 9.7	Chapeaux	9	
31,065	34,683	34,364	33,845	35,030	38,213	- 2.7	Bas pour dames et fillettes	10	
53,336	54,592	55,964	55,499	59,415	62,089	+ 2.7	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11	
101,254	112,744	107,702	103,100	105,768	101,735	+ 1.8	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
162,198	194,243	177,808	177,252	175,846	171,862	+ 3.7	Vêtements pour hommes	13	
139,057	158,454	160,717	164,786	176,792	179,390	+ 1.6	Articles d'habillement pour hommes	14	
41,011	42,384	41,557	43,428	43,446	43,266	+ 2.7	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15	
73,579	76,511	76,697	73,421	72,821	70,339	+ 8.8	Chaussures pour hommes et garçons	16	
32,309	27,184	34,765	45,449	51,232	23,221	- 8.5	Produits alimentaires et connexes(1)	17	
216,819	217,873	227,709	220,511	227,475	218,036	+ 2.8	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18	
55,837	55,948	54,870	53,988	52,736	50,988	+ 0.9	Appareils et fournitures photographiques	19	
24,508	26,288	26,183	25,550	25,786	23,485	+ 4.7	Tissus à la pièce	20	
144,183	144,914	149,824	142,174	143,742	138,795	- 0.3	Literie et linge de maison	21	
42,534	43,390	42,479	43,407	42,959	43,526	+ 6.2	Menus articles	22	
94,004	91,602	89,988	86,530	86,667	80,556	- 5.7	Porcelaine et verrerie	23	
58,026	58,053	61,841	54,694	53,537	50,665	- 1.2	Revêtements de plancher	24	
73,219	74,956	78,068	72,640	75,034	70,318	+ 1.3	Tentures, rideaux et housses	25	
58,215	54,681	67,184	63,752	66,364	60,650	+ 1.2	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26	
184,422	176,570	180,083	174,170	158,399	157,244	- 0.7	Meubles	27	
69,078	68,011	69,280	79,508	72,780	66,992	+ 2.4	Gros appareils ménagers	28	
161,247	161,355	161,211	156,062	156,073	148,043	- 0.5	Télévision, radio et musique	29	
187,505	192,938	181,122	172,777	171,629	162,725	+ 0.6	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30	
133,051	140,158	139,001	138,168	137,637	133,263	+ 3.1	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31	
29,057	29,418	29,381	29,148	27,405	26,876	+ 11.3	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32	
127,508	126,294	127,368	125,262	121,914	118,413	+ 1.5	Bijouterie	33	
111,768	104,869	103,383	96,097	132,107	150,202	+ 18.8	Jouets et jeux	34	
135,186	139,765	135,992	134,860	136,746	138,495	+ 0.8	Articles de sport et valises	35	
140,492	141,121	150,796	135,802	156,139	155,668	+ 0.5	Papeterie, livres et revues	36	
49,789	51,420	48,212	45,518	50,299	54,114	+ 0.7	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
895	539	458	605	399	166	- 7.6	Repas et casse-croûtes(1)	38	
5,567	5,655	5,268	5,427	5,607	5,604	- 0.2	Services et travaux de réparation	39	
67,184	68,485	67,308	74,441	71,360	66,685	+ 20.1	Tous autres rayons	40	
3,304,166	3,426,188	3,318,584	3,872,326	3,955,109	3,132,328	+ 2.6	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

(1) Puisqu'il y a absence de saisonnalité, les données désaisonnalisées sont par conséquent égales aux données non désaisonnalisées.

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985					1984	
		January	February	March	April	May	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4.42	4.38	3.60	3.23	2.15	2.65	2.03
2	Women's and misses' coats and suits	3.68	5.41	3.23	3.60	4.92	2.70	3.40
3	Women's and misses' sportswear	3.87	3.97	3.09	3.07	2.32	2.85	2.31
4	Furs	4.63	5.55	8.75	22.23	74.94	45.82	46.05
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.90	3.72	3.34	3.68	3.58	3.87	3.37
6	Girls' and teenage girls' wear	4.24	5.25	3.15	3.06	3.20	3.02	2.58
7	Lingerie and women's sleepwear	3.73	3.51	3.08	3.47	2.64	2.87	2.52
8	Intimate apparel	5.12	5.23	3.86	3.92	3.54	3.58	3.18
9	Millinery	2.00	3.20	2.16	2.42	2.22	2.22	1.96
10	Women's and girls' hosiery	4.43	4.59	3.61	3.69	3.24	2.98	3.15
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.90	5.28	3.90	4.00	3.15	3.24	3.07
12	Women's, misses' and children's footwear	5.71	6.98	4.87	4.31	3.87	4.07	3.67
13	Men's clothing	5.32	6.79	4.78	5.23	4.94	4.60	3.29
14	Men's furnishings	5.44	5.51	4.25	4.81	4.06	4.22	2.42
15	Boys' clothing and furnishings	5.53	6.19	3.82	3.38	3.23	3.28	2.99
16	Men's and boys' footwear	5.57	6.26	4.76	4.61	4.89	5.26	3.72
17	Food and kindred products	0.81	0.57	0.67	0.61	0.55	0.40	0.62
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.78	4.75	4.47	4.73	4.33	3.99	4.30
19	Photographic equipment and supplies	6.38	6.23	5.38	5.36	4.82	4.87	4.09
20	Piece goods	6.39	5.39	5.20	5.65	5.13	6.16	6.89
21	Linens and domestics	4.09	7.07	5.45	5.92	5.07	5.49	5.04
22	Smallwares and notions	4.12	4.86	4.34	5.74	6.39	6.28	7.17
23	China and glassware	9.44	9.47	6.51	8.83	6.29	7.60	8.48
24	Floor coverings	5.73	5.22	4.25	4.10	3.91	4.72	5.25
25	Draperies, curtains and furniture coverings	7.08	6.21	4.91	4.76	4.17	4.50	4.46
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	10.12	11.11	8.94	8.49	9.91	6.71	8.16
27	Furniture	3.40	4.43	3.31	3.22	3.06	3.47	3.69
28	Major appliances	1.69	2.25	1.79	1.81	1.62	1.41	1.27
29	Television, radio and music	4.07	4.40	3.73	4.38	5.02	4.81	4.98
30	Housewares and small electrical appliances	6.46	5.83	6.05	6.16	5.17	5.50	5.44
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.58	7.28	6.31	4.33	3.35	3.81	4.20
32	Plumbing, heating and building materials	3.52	3.78	4.29	2.54	2.21	2.17	1.82
33	Jewellery	10.08	7.86	5.89	5.85	4.67	6.16	6.13
34	Toys and games	8.98	8.41	6.44	6.91	8.43	5.04	5.32
35	Sporting goods and luggage	6.02	6.86	6.60	6.04	4.85	5.00	4.01
36	Stationery, books and magazines	6.12	5.86	5.29	5.74	5.52	5.53	5.50
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	4.53	5.00	4.66	3.81	3.51	2.99	2.93
38	Meals and lunches	0.05	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03
39	Repairs and services	0.50	0.61	0.53	0.58	0.50	0.52	0.51
40	All other departments	2.36	2.33	2.12	2.15	1.91	1.67	1.68
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.20	4.47	3.77	3.85	3.45	3.52	3.28



TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984						Rayon	NO
July Juillet	August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	December Décembre		
3.85	3.28	3.49	3.99	3.37	2.00	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
8.36	4.42	3.98	3.32	2.50	2.19	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
3.40	3.72	2.65	3.48	3.00	1.72	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
22.18	14.76	7.30	6.50	3.24	3.24	Fourrures	4
4.76	3.42	3.31	3.42	2.99	2.19	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4.51	1.91	2.63	3.72	2.42	1.46	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
3.09	3.39	2.85	3.59	2.75	0.92	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.71	3.76	3.01	4.50	4.27	3.01	Sous-vêtements	8
2.59	3.81	2.30	1.57	1.42	1.30	Chapeaux	9
4.65	4.71	2.64	3.21	3.07	2.22	Bas pour dames et fillettes	10
4.72	4.48	3.19	3.99	2.88	1.34	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
5.45	4.57	3.29	3.74	3.11	2.86	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
5.90	7.00	4.35	5.23	3.45	2.02	Vêtements pour hommes	13
3.68	4.53	3.74	5.00	3.09	1.23	Articles d'habillement pour hommes	14
5.23	1.90	3.03	4.19	2.77	1.44	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
5.86	5.24	4.22	5.15	3.51	2.44	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.62	0.45	0.64	0.77	0.65	0.27	Produits alimentaires et connexes	17
4.72	4.36	4.23	5.02	4.17	1.61	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
4.49	4.08	4.28	5.88	3.77	1.48	Appareils et fournitures photographiques	19
7.60	7.31	5.77	6.46	5.76	6.88	Tissus à la pièce	20
4.66	4.53	4.06	4.96	4.56	3.18	Literie et linge de maison	21
6.85	6.31	3.78	4.65	3.87	3.61	Menus articles	22
8.97	9.93	7.11	7.81	4.82	2.50	Porcelaine et verrerie	23
5.19	5.49	4.39	3.84	3.09	4.58	Revêtements de plancher	24
4.73	5.23	4.68	4.79	4.32	4.30	Tentures, rideaux et housses	25
7.78	7.87	7.90	9.10	5.80	2.59	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3.57	4.08	3.63	3.81	3.16	4.16	Meubles	27
1.38	1.42	1.32	1.66	1.55	1.36	Gros appareils ménagers	28
4.42	4.24	2.75	3.78	3.14	1.68	Télévision, radio et musique	29
5.78	5.82	5.44	5.01	4.23	1.82	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
5.07	5.82	5.76	5.54	4.69	3.69	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
2.45	2.82	2.94	2.83	2.71	2.97	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
7.69	7.20	5.56	7.85	5.01	1.62	Bijouterie	33
5.74	6.10	6.15	4.77	2.92	1.14	Jouets et jeux	34
4.55	5.31	6.23	8.65	5.48	2.64	Articles de sport et valises	35
6.71	4.34	4.70	6.21	4.34	1.78	Papeterie, livres et revues	36
3.18	2.90	3.37	2.50	2.48	2.88	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
0.04	0.03	0.02	0.03	0.02	0.01	Repas et casse-croûtes	38
0.60	0.60	0.51	0.46	0.38	0.41	Services et travaux de réparation	39
2.12	2.29	2.21	2.92	2.49	1.00	Tous autres rayons	40
3.97	3.82	3.42	3.97	3.10	1.80	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985

Department No.	1985					1984	
	January	February	March	April	May	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Juin
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.21	0.24	0.31	0.32	0.44	0.35	0.43
2 Women's and misses' coats and suits	0.27	0.21	0.32	0.26	0.19	0.30	0.28
3 Women's and misses' sportswear	0.25	0.27	0.34	0.33	0.42	0.34	0.40
4 Furs	0.21	0.16	0.10	0.06	0.01	0.02	0.02
5 Infants' and children's wear and nursery	0.24	0.26	0.32	0.29	0.27	0.24	0.29
6 Girls' and teenage girls' wear	0.24	0.22	0.34	0.31	0.32	0.33	0.36
7 Lingerie and women's sleepwear	0.27	0.28	0.34	0.31	0.37	0.33	0.37
8 Intimate apparel	0.20	0.18	0.27	0.26	0.28	0.27	0.31
9 Millinery	0.37	0.33	0.40	0.48	0.41	0.43	0.47
10 Women's and girls' hosiery	0.23	0.21	0.29	0.28	0.29	0.31	0.30
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.19	0.19	0.27	0.26	0.30	0.29	0.30
12 Women's, misses' and children's footwear	0.17	0.15	0.23	0.23	0.25	0.22	0.26
13 Men's clothing	0.16	0.16	0.22	0.20	0.20	0.21	0.28
14 Men's furnishings	0.18	0.18	0.25	0.22	0.25	0.24	0.37
15 Boys' clothing and furnishings	0.20	0.17	0.27	0.29	0.30	0.28	0.32
16 Men's and boys' footwear	0.17	0.16	0.24	0.22	0.22	0.18	0.25
17 Food and kindred products	1.60	1.60	1.53	1.66	1.74	1.81	1.83
18 Toiletries, cosmetics and drugs	0.19	0.19	0.23	0.22	0.23	0.23	0.23
19 Photographic equipment and supplies	0.18	0.14	0.20	0.19	0.21	0.19	0.25
20 Piece goods	0.13	0.18	0.22	0.16	0.20	0.16	0.14
21 Linens and domestics	0.23	0.14	0.19	0.18	0.20	0.18	0.19
22 Smallwares and notions	0.22	0.20	0.24	0.19	0.16	0.15	0.14
23 China and glassware	0.09	0.11	0.14	0.13	0.16	0.13	0.11
24 Floor coverings	0.17	0.19	0.24	0.25	0.26	0.21	0.20
25 Draperies, curtains and furniture coverings	0.14	0.15	0.21	0.21	0.24	0.22	0.22
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.10	0.09	0.12	0.12	0.10	0.14	0.13
27 Furniture	0.26	0.23	0.31	0.32	0.32	0.27	0.27
28 Major appliances	0.56	0.46	0.57	0.56	0.61	0.66	0.80
29 Television, radio and music	0.23	0.22	0.28	0.24	0.19	0.20	0.20
30 Housewares and small electrical appliances	0.16	0.16	0.17	0.17	0.19	0.18	0.19
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.17	0.14	0.17	0.24	0.31	0.26	0.24
32 Plumbing, heating and building materials	0.24	0.25	0.28	0.34	0.46	0.38	0.54
33 Jewellery	0.10	0.12	0.18	0.18	0.21	0.16	0.16
34 Toys and games	0.12	0.12	0.16	0.16	0.12	0.18	0.19
35 Sporting goods and luggage	0.16	0.14	0.17	0.18	0.21	0.20	0.23
36 Stationery, books and magazines	0.17	0.16	0.19	0.18	0.18	0.18	0.18
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.20	0.19	0.22	0.26	0.28	0.33	0.34
38 Meals and lunches	33.66	23.12	36.66	31.98	34.28	19.82	36.40
39 Repairs and services	1.97	1.65	1.99	1.76	1.95	1.90	1.97
40 All other departments	0.43	0.40	0.52	0.50	0.57	0.56	0.57
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.23	0.22	0.27	0.26	0.28	0.27	0.29

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984						Rayon	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
0.30	0.30	0.29	0.27	0.28	0.44	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
0.17	0.24	0.27	0.31	0.36	0.38	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.30	0.30	0.36	0.30	0.33	0.48	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
0.05	0.07	0.13	0.18	0.28	0.28	Fourrures	4
0.22	0.30	0.29	0.30	0.33	0.44	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.25	0.51	0.38	0.28	0.40	0.53	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.33	0.30	0.34	0.32	0.40	0.77	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.27	0.27	0.31	0.25	0.25	0.32	Sous-vêtements	8
0.42	0.31	0.43	0.64	0.83	0.71	Chapeaux	9
0.22	0.24	0.35	0.33	0.34	0.43	Bas pour dames et fillettes	10
0.23	0.23	0.32	0.28	0.37	0.60	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.19	0.23	0.29	0.28	0.31	0.32	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.18	0.17	0.21	0.21	0.29	0.43	Vêtements pour hommes	13
0.26	0.24	0.27	0.23	0.33	0.64	Articles d'habillement pour hommes	14
0.22	0.45	0.34	0.27	0.34	0.59	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.17	0.20	0.23	0.21	0.28	0.37	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.57	2.02	1.74	1.47	1.64	2.34	Produits alimentaires et connexes	17
0.22	0.22	0.24	0.22	0.25	0.52	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
0.22	0.24	0.22	0.19	0.25	0.58	Appareils et fournitures photographiques	19
0.13	0.15	0.16	0.17	0.17	0.14	Tissus à la pièce	20
0.21	0.22	0.24	0.21	0.23	0.31	Literie et linge de maison	21
0.15	0.16	0.25	0.23	0.25	0.29	Menus articles	22
0.12	0.10	0.13	0.13	0.21	0.39	Porcelaine et verrerie	23
0.20	0.18	0.22	0.26	0.31	0.23	Revêtements de plancher	24
0.21	0.19	0.21	0.21	0.23	0.23	Tentures, rideaux et housses	25
0.13	0.12	0.14	0.12	0.17	0.32	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.28	0.23	0.27	0.28	0.29	0.26	Meubles	27
0.73	0.68	0.76	0.67	0.65	0.71	Gros appareils ménagers	28
0.22	0.24	0.35	0.29	0.33	0.54	Télévision, radio et musique	29
0.17	0.17	0.17	0.20	0.25	0.46	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
0.19	0.18	0.16	0.19	0.21	0.26	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.42	0.36	0.34	0.36	0.37	0.36	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
0.13	0.14	0.17	0.14	0.21	0.52	Bijouterie	33
0.18	0.17	0.17	0.23	0.37	0.64	Jouets et jeux	34
0.22	0.18	0.16	0.13	0.18	0.34	Articles de sport et valises	35
0.16	0.22	0.22	0.16	0.25	0.46	Papeterie, livres et revues	36
0.30	0.36	0.28	0.41	0.41	0.38	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
26.13	30.04	41.68	41.30	52.12	115.53	Repas et casse-croûtes	38
1.68	1.71	1.83	2.25	2.74	2.36	Services et travaux de réparation	39
0.47	0.44	0.45	0.41	0.40	0.77	Tous autres rayons	40
0.25	0.26	0.28	0.27	0.32	0.48	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1983-1985

TABLEAU 28. Comptes à recevoir(1), non désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985

Month	1983	1984	1985	Change from previous month	Change 1985/1984
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1985/1984
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,666,708	1,808,015	1,989,953	- 7.6	+ 10.1
February - Février	1,598,345	1,714,843	1,898,511	- 4.6	+ 10.7
March - Mars	1,565,461	1,695,173	1,884,093	- 0.8	+ 11.1
April - Avril	1,582,875	1,709,386	1,897,041	+ 0.7	+ 11.0
May - Mai	1,591,140	1,708,247	1,897,723	--	+ 11.1
June - Juin	1,585,200	1,719,376			
July - Juillet	1,553,254	1,695,008			
August - Août	1,542,394	1,689,630			
September - Septembre	1,591,826	1,746,901			
October - Octobre	1,631,976	1,799,732			
November - Novembre	1,702,704	1,892,038			
December - Décembre	1,887,032	2,152,727			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

TABLEAU 29. Comptes à recevoir(1), désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985

Month	1983	1984	1985	Change from previous month	Change 1985/1984
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1985/1984
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,582.0	1,716.0	1,888.0	- 0.6	+ 10.0
February - Février	1,601.0	1,658.0	1,902.0	+ 0.7	+ 14.7
March - Mars	1,591.0	1,721.0	1,911.0	+ 0.5	+ 11.0
April - Avril	1,607.0	1,733.0	1,921.0 <sup>r</sup>	+ 0.5 <sup>r</sup>	+ 10.8 <sup>r</sup>
May - Mai	1,623.0	1,741.0	1,933.0 <sup>p</sup>	+ 0.6 <sup>p</sup>	+ 11.0 <sup>p</sup>
June - Juin	1,631.0	1,766.0			
July - Juillet	1,632.0	1,779.0			
August - Août	1,631.0	1,789.0			
September - Septembre	1,638.0	1,801.0			
October - Octobre	1,653.0	1,825.0			
November - Novembre	1,661.0	1,848.0			
December - Décembre	1,665.0	1,900.0			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 30. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1983-1985

TABLEAU 30. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1983-1985

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		\$'000	%	\$'000	%
<b>1983:</b>					
January - Janvier	206.6	623,021	+ 3.8	301,559	- 0.2
February - Février	213.2	603,808	+ 4.5	283,212	+ 0.3
March - Mars	211.9	787,544	+ 13.5	371,658	+ 9.3
April - Avril	215.4	775,226	- 1.7	359,901	- 5.8
May - Mai	215.8	842,133	+ 3.5	390,238	--
June - Juin	214.9	920,150	+ 16.3	428,176	+ 12.3
July - Juillet	212.9	813,746	+ 6.5	382,220	+ 2.9
August - Août	213.8	850,885	+ 9.7	397,982	+ 6.3
September - Septembre	211.1	922,067	+ 7.1	436,792	+ 4.1
October - Octobre	214.3	922,014	+ 7.3	430,245	+ 4.2
November - Novembre	215.1	1,138,763	+ 6.1	529,411	+ 3.0
December - Décembre	213.6	1,731,121	+ 7.6	810,450	+ 5.0
Year - Année	213.4	10,930,478	+ 7.1	5,121,844	+ 3.6
<b>1984:</b>					
January - Janvier	214.3	649,626	+ 4.3	303,139	+ 0.5
February - Février	218.7	659,594	+ 9.2	301,598	+ 6.5
March - Mars	217.1	806,999	+ 2.5	371,718	--
April - Avril	220.4	843,022	+ 8.7	382,496	+ 6.3
May - Mai	222.0	930,389	+ 10.5	419,094	+ 7.4
June - Juin	220.1	941,728	+ 2.3	427,864	- 0.1
July - Juillet	218.4	806,592	- 0.9	369,319	- 3.4
August - Août	218.9	872,423	+ 2.5	398,549	+ 0.1
September - Septembre	215.2	947,365	+ 2.7	440,225	+ 0.8
October - Octobre	220.0	957,060	+ 3.8	435,027	+ 1.1
November - Novembre	220.5	1,254,292	+ 10.1	568,840	+ 7.4
December - Décembre	218.0	1,715,800	- 0.9	787,064	- 2.9
Year - Année	218.7	11,384,890	+ 4.2	5,204,933	+ 1.6
<b>1985:</b>					
January - Janvier	219.9	692,108	+ 6.5	314,738	+ 3.8
February - Février	220.5	647,065	- 1.9	293,454	- 2.7
March - Mars	222.6	849,077	+ 5.2	381,436	+ 2.6
April - Avril	224.6	901,404	+ 6.9	401,337	+ 4.9
May - Mai	..	990,625	+ 6.5	..	..
June - Juin					
July - Juillet					
August - Août					
September - Septembre					
October - Octobre					
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					



TABLE 31. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1985

Department		Sales - Combined Seasonal and Trading Day Factors			
		Ventes - Coefficients combinés de correction des variations saisonnières et des jours commerciaux			
		MCD in May	April <sup>1</sup>	May <sup>P</sup>	June(1)
No.		MDC en Mai	Avril <sup>1</sup>	Mai <sup>P</sup>	Juin(1)
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	109.28	132.69	116.25
2	Women's and misses' coats and suits	8	99.90	60.22	42.00
3	Women's and misses' sportswear	4	98.83	114.50	102.17
4	Furs	12	25.64	16.08	17.31
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	99.11	94.35	90.81
6	Girls' and teenage girls' wear	4	100.30	96.97	89.45
7	Lingerie and women's sleepwear	4	81.36	97.46	88.84
8	Intimate apparel	4	101.10	107.21	107.69
9	Millinery	8	73.65	66.92	59.66
10	Women's and girls' hosiery	4	105.13	104.40	83.17
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	84.70	94.68	79.85
12	Women's, misses' and children's footwear	5	108.19	104.97	96.53
13	Men's clothing	4	91.26	91.00	102.07
14	Men's furnishings	5	79.08	87.71	112.01
15	Boys' clothing and furnishings	6	99.65	93.39	86.15
16	Men's and boys' footwear	6	104.97	108.19	108.99
17	Food and kindred products	4	101.63	104.21	86.35
18	Toiletries, cosmetics and drugs	2	86.37	91.82	85.18
19	Photographic equipment and supplies	4	76.55	86.42	100.98
20	Piece goods	6	93.98	104.04	88.20
21	Linens and domestics	3	80.65	93.73	97.13
22	Smallwares and notions	4	86.08	81.63	74.28
23	China and glassware	5	71.48	100.60	75.86
24	Floor coverings	6	102.01	99.34	95.46
25	Draperies, curtains and furniture coverings	4	102.94	111.73	107.07
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	81.72	82.37	75.79
27	Furniture	5	97.77	110.60	106.15
28	Major appliances	5	90.65	99.60	107.27
29	Television, radio and music	5	80.79	76.67	72.15
30	Housewares and small electrical appliances	3	81.20	92.87	92.14
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	104.81	140.50	122.42
32	Plumbing, heating and building materials	5	105.53	122.98	131.00
33	Jewellery	3	77.80	95.19	84.68
34	Toys and games	4	66.49	60.76	60.43
35	Sporting goods and luggage	3	97.48	121.62	127.45
36	Stationery, books and magazines	4	76.81	83.03	80.04
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	100.00	107.27	100.17
38	Meals and lunches	3	93.01	95.94	93.67
39	Repairs and services	6	94.61	100.25	94.68
40	All other departments	5	101.17	131.64	112.20
41	<b>TOTAL ALL DEPARTMENTS</b>	<b>3</b>	<b>91.26</b>	<b>99.51</b>	<b>99.73</b>

(1) Seasonal and trading day factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the appendix IV (on page 47).

(2) Seasonal factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the appendix IV (on page 47).

TABLEAU 31. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1985

Stocks - Seasonal Factors

Stocks - Coefficients de corrections des variations saisonnières

				Rayon	N°
MCD in May	April <sup>F</sup>	May <sup>P</sup>	June(2)		
MDC en Mai	Avril <sup>F</sup>	Mai <sup>P</sup>	Juin(2)		
4	120.35	107.62	85.48	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
4	73.35	57.91	58.05	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
3	111.93	105.79	88.97	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
5	82.78	94.15	88.03	Fourrures	4
5	108.38	97.92	93.43	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4	105.76	103.38	87.76	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
4	109.34	102.60	87.51	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3	103.94	100.52	93.32	Sous-vêtements	8
5	76.53	72.00	60.37	Chapeaux	9
4	107.98	99.00	92.93	Bas pour dames et fillettes	10
3	106.06	95.01	80.41	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
3	114.64	105.20	96.36	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
4	103.15	97.59	85.66	Vêtements pour hommes	13
3	106.63	105.96	87.60	Articles d'habillement pour hommes	14
4	100.86	90.51	85.57	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
4	109.73	113.77	94.40	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	...	...	...	Produits alimentaires et connexes	17
4	100.81	97.55	92.47	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
4	105.06	101.86	96.88	Appareils et fournitures photographiques	19
4	96.30	101.96	95.23	Tissus à la pièce	20
3	107.52	109.41	100.59	Literie et linge de maison	21
4	107.32	109.34	107.69	Menus articles	22
3	99.15	104.28	94.21	Porcelaine et verrerie	23
3	102.60	104.33	106.13	Revêtements de plancher	24
3	104.74	102.45	97.94	Tentures, rideaux et housses	25
4	98.79	102.91	97.52	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3	110.39	107.47	99.98	Meubles	27
4	105.20	98.31	93.59	Gros appareils ménagers	28
3	104.92	100.23	99.85	Télévision, radio et musique	29
3	105.03	99.84	101.83	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
4	103.92	107.87	107.82	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
5	105.56	98.59	89.12	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
3	103.62	101.76	95.02	Bijouterie	33
4	99.64	90.98	85.52	Jouets et jeux	34
4	115.84	114.38	101.56	Articles de sport et valises	35
3	99.41	102.77	100.15	Papeterie, livres et revues	36
5	103.74	101.77	95.64	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...	...	...	...	Repas et casse-croûtes	38
6	102.81	98.16	99.69	Services et travaux de réparation	39
6	112.85	111.18	95.88	Tous autres rayons	40
...	...	...	...	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Prévision des coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV (à la page 47).

(2) Prévision des coefficients de corrections des variations saisonnières. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV (à la page 47).



APPENDIX

APPENDICE





## APPENDIX I

### DEFINITIONS

#### Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

#### Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics and sells the following general lines of merchandise:

**Family clothing and apparel.** This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least six of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

**Furniture, appliance and home furnishings.** This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least four of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

## APPENDICE I

### DÉFINITIONS

#### Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et des services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

#### Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes et vend les catégories de marchandises suivantes:

**Vêtements pour la famille.** Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins six des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent se faire dans le groupe de vêtements pour la famille.

**Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.** Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine et verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; gros appareils, télévision, radio et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins quatre des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

**All other (miscellaneous).** This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, **such as:** toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

**Tous autres articles (divers).** Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, **telles que:** articles de toilette, cosmétiques et médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

### Total Net Sales and Receipts

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

### Ventes et recettes nettes totales

Les ventes et recettes nettes totales sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

### Stocks

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

### Stocks

Les stocks englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

### Accounts Receivable

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

### Comptes à recevoir

Par comptes à recevoir on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

### Junior Department Store

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

### Grand magasin populaire

Les grands magasins populaires sont définis comme étant des points de vente au détail qui offrent la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

## APPENDIX II

### METHODOLOGY

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The **monthly stock values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The **monthly accounts receivable values**, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

## APPENDICE II

### MÉTHODOLOGIE

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le **chiffre des stocks mensuels par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le **chiffre des comptes à recevoir mensuel** pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtés retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.





## APPENDIX III

### DATA RELIABILITY

#### Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

**Coverage error.** This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

**Data response error.** This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

**Non-response error.** Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

**Processing error.** These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

## APPENDICE III

### FIABILITÉ DES DONNÉES

#### Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

**Le champ couvert par l'enquête.** L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

**La réponse.** Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un interviewer à l'autre dans le mode de communication retenu, lorsqu'il s'agit d'expliquer des questions et d'interpréter des réponses.

**La non-réponse.** Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables et encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

**Le traitement.** L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.



Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

### Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the response rate is based on (1) the survey unit - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) the organizational unit - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example,

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. En ce qui concerne les estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreurs. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

### Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'enquête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins.

a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte des deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1985  
May

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1985  
Mai

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	57.9	85.9
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	42.1	60.1
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	100.0	100.0



## APPENDIX IV

### SEASONAL ADJUSTMENT

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time."(1) In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal (variations) and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method(2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times.(3) These procedures, used to deter-

- (1) "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," **Canada Statistical Review**, August 1974.
- (2) For further information see the **X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.
- (3) See next page.

## APPENDICE IV

### DÉSAISONNALISATION

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps"(1). L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI(2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et retrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises(3). Ces étapes déterminant les

- (1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la **Revue statistique du Canada**, Août 1974.
- (2) Pour plus ample information voir la **méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, no. 12-564F au catalogue, hors série.
- (3) Voir page suivante.



mine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are, since May 1983, executed every month instead of once a year. This permits us to update each month the reference series from which we derive the final estimations of the seasonal factors with the previous month's revised data.

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.<sup>(3)</sup> The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Commencing with March 1984, the Canada seasonally adjusted total is now derived "indirectly" by the summation of the 40 individually seasonally adjusted departments. Previously, this total was derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly".<sup>(4)</sup> Also in March 1984, the

facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales, sont depuis mai 1983, exécutées à chaque mois au lieu d'une seule fois par an. Il nous est donc possible de mettre à jour mensuellement les séries de référence desquelles on dérive les estimations finales des facteurs saisonniers, en employant les données les plus récentes disponibles.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois à dominance cyclique, ou MDC.<sup>(3)</sup> Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, il s'agit de la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Depuis mars 1984, le total désaisonné au niveau du Canada est dérivé de "façon indirecte" en faisant la somme des 40 rayons désaisonnés séparément au préalable. Auparavant, ce total était obtenu en désaisonnant de "façon directe" les données brutes du total, au niveau du Canada<sup>(4)</sup>. De plus, la désaisonnalisation inter-

(3) See Table 31.

(4) Refer to: Lothian, J. and Morry, M. (1977): The Problem of Aggregation; Direct or Indirect, Ottawa: Seasonal Adjustment and Time Series Analysis Division, Statistics Canada.

(3) Voir tableau 31.

(4) Consulter: Lothian, J. et Morry, M. (1977): Aggrégation directe ou indirecte, Ottawa, Division des séries chronologiques, de la recherche et de l'analyse, Statistique Canada.



end-point seasonal adjustment method was adopted. For the period May 1983 to February 1984, a modified version of the "end-point seasonal adjustment" method, employing a projected factor for the current month only, was utilized. Prior to May 1983, seasonally adjusted data were derived on a monthly basis by employing projected seasonal factors (forecasted one year in advance) calculated once a year.

## REVISION PROCEDURES

Due to the fact that statistical surveys are subject to different type of errors (as described previously in this section) and that to obtain a 100% response rate each month under a data collection program by mail would prove to be very difficult (almost impossible sometimes) and costly, results must be revised on an ongoing basis as new information is received, enabling us to update our statistical series accordingly.

Revisions of two different types are made in regard to the Department Store Sales and Stocks Survey: **the first relates to the way data are gathered while the second results from the seasonal adjustment procedures.** In the first type of revision, corrections apply only to the previous year data. They are conducted after the end of the year and, consequently, the revised figures are published in the March issue of the following year of the present bulletin. The second type of revisions are both monthly and annual. In the case of the monthly revisions, the corrected figures for the current month (June for example), are published in the following month issue of the present catalogue (July), while the annual revisions are published once a year in the March issue.

Generally, revised data are indicated with an "r" beside the name of the month to which they apply, in order to inform the user of these changes.

polative a été adoptée en mars 1984. Pour la période s'échelonnant de mai 1983 à février 1984, on a utilisé une version modifiée de la désaisonnalisation interpolative, employant une prévision du facteur de désaisonnalisation pour le mois courant seulement. Avant mai 1983, les données désaisonnalisées étaient dérivées sur une base mensuelle, à l'aide de prévisions (une année à l'avance) des facteurs saisonniers calculés une fois par année.

## PROCÉDURES DE RÉVISION

Puisque les enquêtes statistiques sont sujettes à différents types d'erreurs (telles qu'explicitées précédemment dans cette section) et qu'il serait très coûteux et difficile (pratiquement impossible parfois) d'atteindre, à partir d'un programme de collecte de données par la poste, un taux de réponse de 100%, il faut donc réviser les résultats sur une base régulière afin de mettre à jour les séries statistiques en découlant, à mesure que de nouvelles informations nous sont transmises.

On compte donc des révisions de deux types en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins: **les premières sont liées à la façon dont les données sont produites tandis que les secondes résultent de la procédure de désaisonnalisation.** Les révisions du premier type ne se rapportent qu'aux seules données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les révisions du deuxième type sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas de celles mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (soit juin par exemple) sont ajoutées à la publication du mois suivant (juillet) tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une fois l'an, dans le bulletin de mars.

En général, on avise l'utilisateur de ces changements, en inscrivant un "r" à coté du nom du mois auquel on applique des révisions.

## NUMBER OF SHOPPING DAYS

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

## NOMBRE DE JOURS COMMERCIAUX

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif II donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

TEXT TABLE II. Number of Shopping Days, by Month, 1984 and 1985

TABLEAU EXPLICATIF II. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1984 et 1985

	1985		1984	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	26	4	26	4
February - Février	24	4	25	4
March - Mars	26	5	27	5
April - Avril	25	4	24	4
May - Mai	26	4	26	4
June - Juin	25	5	26	5
July - Juillet	26	4	26	4
August - Août	26	5	26	4
September - Septembre	24	4	24	5
October - Octobre	26	4	26	4
November - Novembre	26	5	26	4
December - Décembre	25	4	25	5

## APPENDIX V

### CONSTANT DOLLAR ESTIMATES

To obtain constant dollar estimates of total department store sales, estimates of sales by department group are deflated using department group implicit price indices supplied by the Industry Product Division of Statistics Canada. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

### DATA CONFIDENTIALITY

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business.<sup>(5)</sup> The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld on this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information from selected regions (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential, form. For example, in many cases the data for the Northwest Territories and the Yukon are included with the British Columbia data.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

<sup>(5)</sup> See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

## APPENDICE V

### ESTIMATIONS EN DOLLARS CONSTANTS

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants, les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées au moyen des indices implicites de prix appropriés fournis par la Division du produit industriel de Statistique Canada. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

### CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de cette dernière<sup>(5)</sup>. Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un X aux différents postes visés dans la publication.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) pour certaines régions (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple dans bien des cas, les données relatives aux Territoires du Nord-Ouest et du Yukon sont incluses avec celles de la Colombie-Britannique.

Ainsi, par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement en fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

<sup>(5)</sup> Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.

## EXPLANATORY NOTES

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios(6) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios(7) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

(6) See Table 26.

(7) See Table 27.

## NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes(6) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks(7) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

(6) Voir tableau 26.

(7) Voir tableau 27.



## APPENDIX VI - APPENDICE VI

### LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

#### MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland  
Baine Johnstone & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 4100, St. John's, Newfoundland  
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario (Closed July 1984 - Fermée Juillet 1984)  
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario  
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario(1)  
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island  
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon(2)  
Hougens Watson Lake 84, Box 97, Watson Lake, Yukon(2)  
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec  
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario(2)  
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan  
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario  
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec  
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario (Closed February 1983 - Fermée février 1983)  
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario  
Simpsons Ltd., 176 Yonge St., Toronto, Ontario  
Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario  
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario  
Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

#### JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario  
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario (Closed January 1984 - Fermée janvier 1984)  
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec  
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario  
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario(2)  
Zeller's Ltd., 5250 Décarie Blvd., Montréal, Québec

(1) Goudies Ltd. has been reclassified to the "Family Clothing" trade group as of January 1, 1985.

(1) Goudies Ltd. est reclassifié au groupe des magasins de "vêtements pour famille" depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1985.

(2) All department stores in the Yukon and Northwest Territories have been reclassified to the "General Merchandise" trade group as of January 1, 1985.

(2) Tous les grands magasins du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest sont reclassifiés à d'autres genres de commerce du groupe des magasins de "Marchandises diverses" depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1985.



## SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Industry Division in the Retail Trade sector.

### Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil. 36 pp. First Issue, 1938. (ISSN 0380-7045).

Total sales and number of outlets, by province and selected metropolitan area, and sales and inventories by department, Canada.

- 63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil. 1 pp. First Issue, 1950. (ISSN 0709-8650).

Total sales and percentage changes of sales by region.

- 63-005 Retail Trade. M. Bil. Approx. 65 pp. First Issue, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total retail sales by province and kind of business, for chain and independent stores; seasonally adjusted sales, Canada.

- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil. Approx. 15 pp. First Issue, 1932. (ISSN 0705-5595).

Number and value of new passenger cars, trucks and buses sold by province and by origin (Canada and U.S. or imported). Monthly unit sales, by type and origin, seasonally adjusted.

- 63-014 Merchandising Inventories. M. Bil. 24 pp. First Issue, 1972. (ISSN 0380-7177).

Inventories and stocks/sales ratios, by type of trade for wholesale, by department for department stores, by kind of business for chain stores and independent stores: quarterly percentage changes for independent stores by kind of business.

- 63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil. Approx. 74 pp. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total retail sales by chain and department stores by province, selected localities and kind of business including data on floor area, inventory and accounts receivable.

## CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division de l'industrie.

### Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938. (ISSN 0380-7045).

Ventes totales et nombre de points de vente par provinces et certaines régions métropolitaines, ventes et stocks par rayon, Canada.

- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil. 1 page. Premier numéro, 1950. (ISSN 0709-8650).

Variations en pourcentage et ventes par région.

- 63-005 Commerce de détail. M. Bil. Environ 65 pages. Premier numéro, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total des ventes au détail par province et genre de commerce, pour les magasins à succursales et les magasins indépendants; chiffres désaisonnalisés, Canada.

- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil. Environ 15 pages. Premier numéro, 1932. (ISSN 0705-5595).

Nombre et valeur des voitures particulières, des camions et des autobus neufs vendus par province et par lieu d'origine (Canada et É.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

- 63-014 Stocks commerciaux. M. Bil. 24 pages. Premier numéro, 1972. (ISSN 0380-7177).

Stocks et rapports stocks/ventes, par genre de commerce pour le commerce de gros, par rayon pour les grands magasins et par genre de commerce pour les magasins à succursales et magasins indépendants: variations trimestrielles en pourcentage pour les magasins indépendants suivant le genre de commerce.

- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil. Environ 74 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins selon la province, certaines agglomérations et le genre de commerce, incluant des données sur la superficie totale, les stocks, et les comptes à recevoir.

## Catalogue

- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil. 21 pp. First Issue, 1958. (ISSN 0527-6411).

Sales of merchandise through automatic vending machines, by type of machine and by location, Canada and provinces.

- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil. 14 pp. First Issue, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Sales of various commodities by method of distribution: by personal selling, by mail, from premises, etc.

- 63-219 Campus Book Stores. A. Bil. Approx. 8 pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Retail sales by type of commodity, employees and payroll, by region or province for academic years.

- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil. 700 pp. First Issue, 1975. (ISSN 0590-9325).

The data covers such topics as general economic indicators, population characteristics, personal income and expenditure and household facilities.

- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil. 695 pp. (ISBN 0-660-506-13-0).

The publication provides revised retail trade estimates for the years 1972 to 1979, both unadjusted and seasonally adjusted and also sections on definitions, concepts, classifications, methodology and data reliability.

- Operating Results - Retail Trade. O. Bil. 29 pp. First Issue, 1974.

The following publications in the Operating Results series contain ratios (percentages of net sales) for: purchases, inventories, cost of goods sold, gross profit, operating expense items and net profit.

## Catalogue

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1981

- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977

## Catalogue

- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil. 21 pages. Premier numéro, 1958. (ISSN 0527-6411).

Ventes de marchandise par distributeurs automatiques selon le genre de machine et l'emplacement, Canada et provinces.

- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil. 14 pages. Premier numéro, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Ventes de divers produits, par mode de distribution: par démarchage, par la poste, chez le fabricant, etc.

- 63-219 Librairies de campus. A. Bil. Environ 8 pages. Premier numéro, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Ventes au détail par type de produits, ainsi que le nombre d'employés et la paye, par région ou province pour les années scolaires.

- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A. Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975. (ISSN 0590-9325).

Les données portent sur des sujets tels que les indicateurs économiques généraux, les caractéristiques de la population, le revenu et les dépenses des particuliers et l'équipement ménager.

- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S. Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0).

Cette publication contient des données brutes et désaisonnalisées, révisées de 1972 à 1979, des sections sur les définitions, les concepts, la classification, la méthodologie et la fiabilité des données.

- Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H.S. Bil. 29 pages. Premier numéro, 1974.

Les publications suivantes de la série des Résultats de l'exploitation contiennent des ratios (pourcentages des ventes nettes) pour les achats, les stocks, le coût des biens vendus, les bénéfices bruts, les dépenses d'exploitation et les bénéfices nets.

## Catalogue

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1981

- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977

## Catalogue

63-607 Retail Drug Stores, 1981

63-608 Retail Florists, 1981

63-609 Retail Jewellery Stores, 1981

63-610 Retail Hardware Stores, 1980

63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980

63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A. - Annual Bil. - Bilingual  
O. - Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada \$5.00, Other Countries \$6.00.

## Catalogue

63-607 Pharmacies au détail, 1981

63-608 Fleuristes détaillants, 1981

63-609 Bijouteries au détail, 1981

63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980

63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980

63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. - Mensuel A. - Annuel Bil. - Bilingue  
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Nº 11-204F, prix Canada \$5.00, Autres pays \$6.00.





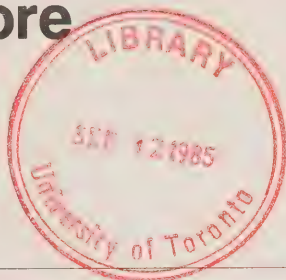




1000000

# Department store sales and stocks

June 1985



# Ventes et stocks des grands magasins

Juin 1985



## Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

## How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,  
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 990-9824) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)

Credit card only (973-8018)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served NorthwestTel Inc.)	Zenith 2-2015

## How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)990-8114  
1(613)990-8115

## Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordnolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,  
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 990-9824) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)

Carte de crédit seulement (973-8018)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 2-2015

## Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)990-8114  
1(613)990-8115

**Statistics Canada**

Industry Division  
Retail Trade Section

# Department store sales and stocks

June 1985

Published under the authority of  
the Minister of Supply and  
Services Canada

© Minister of Supply  
and Services Canada 1985

September 1985  
5-3406-503

Price: Canada, \$13.00, \$130.00 a year  
Other Countries, \$14.00, \$140.00 a year

Payment to be made in Canadian funds or equivalent

Catalogue 63-002, Vol. 50, No. 6

ISSN 0380-7045

Ottawa

**Statistique Canada**

Division de l'industrie  
Section du commerce de détail

# Ventes et stocks des grands magasins

Juin 1985

Publication autorisée par  
le ministre des Approvisionnements et  
Services Canada

© Ministre des Approvisionnements  
et Services Canada 1985

Septembre 1985  
5-3406-503

Prix: Canada, \$13.00, \$130.00 par année  
Autres pays, \$14.00, \$140.00 par année

Paiement en dollars canadiens ou l'équivalent

Catalogue 63-002, vol. 50, n° 6

ISSN 0380-7045

Ottawa



## TABLE OF CONTENTS - Continued

## TABLE DES MATIÈRES - suite

	Page
<b>Table</b>	
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	19
17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	19
18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	20
19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	20
20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	21
21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	21

	Page
<b>Tableau</b>	
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	10
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	10
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1984 et 1985	12
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	12
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	14
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	14
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	16
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	16
15. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	18
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1984 et 1985	19
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	19
18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	20
19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	20
20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	21
21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	21

## TABLE OF CONTENTS - Concluded

	Page
<b>Table</b>	
22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1983-1985	22
23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1983-1985	23
24. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1984 and 1985	24
25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985	26
26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985	28
27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, 1984 and 1985	30
28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1983-1985	32
29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	32
30. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1983-1985	33
31. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1985	34
<b>Appendix</b>	
I. Definitions	39
II. Methodology	41
III. Data Reliability	43
IV. Seasonal Adjustment	47
Revision Procedures	49
Number of Shopping Days	50
V. Constant Dollar Estimates	51
Data Confidentiality	51
Explanatory Notes	52
VI. List of Department Store Organizations	53
Selected Publications	

## TABLE DES MATIÈRES - fin

	Page
<b>Tableau</b>	
22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1983-1985	22
23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1983-1985	23
24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	24
25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1984 et 1985	26
26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	28
27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	30
28. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	32
29. Comptes à recevoir, désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	32
30. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1983-1985	33
31. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1985	34
<b>Appendice</b>	
I. Définitions	39
II. Méthodologie	41
III. Fiabilité des données	43
IV. Désaisonnalisation	47
Procédures de révision	49
Nombre de jours commerciaux	50
V. Estimations en dollar constants	51
Confidentialité des données	51
Notes explicatives	52
VI. Liste des organisations de grands magasins	53
Choix de publications	



## INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division (formerly Merchandising and Services Division), to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie, (anciennement Division du commerce et des services). (Le recensement mesure également les activités des "établissements", toutefois cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Chart — 1

Graphique — 1

# Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1983-1985

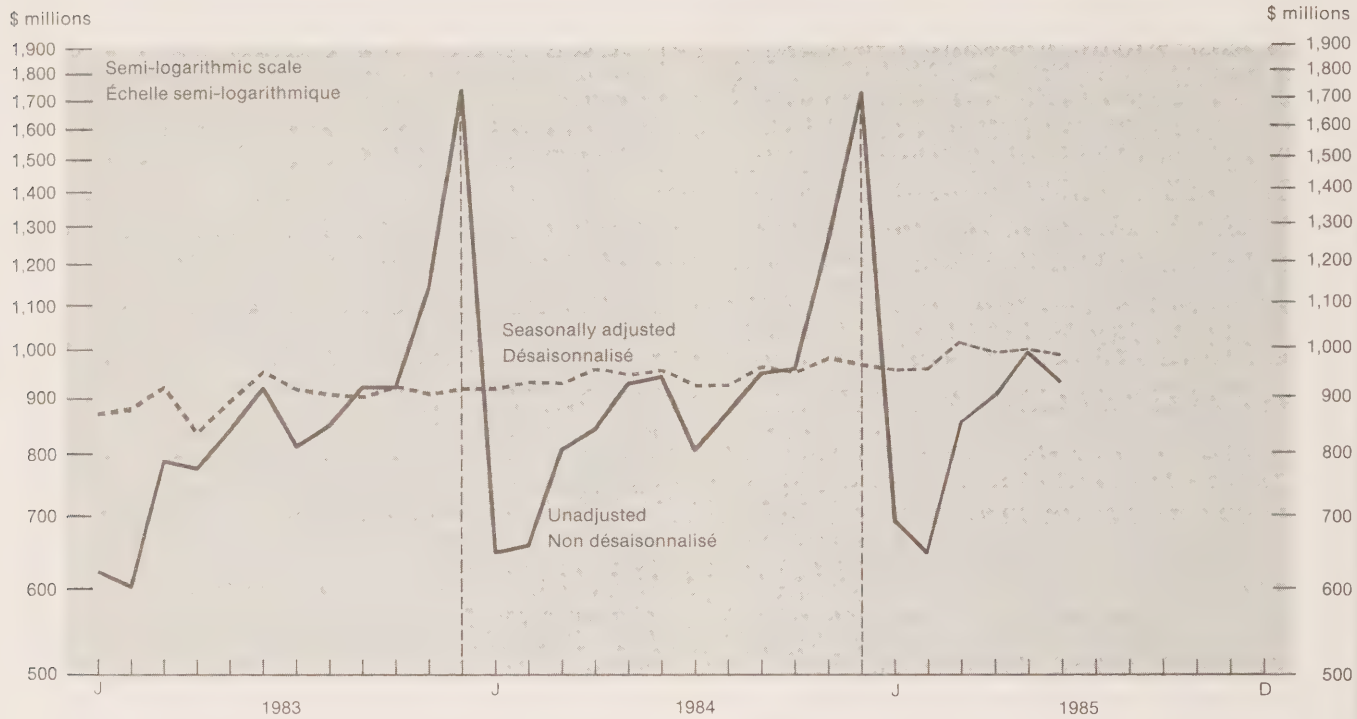
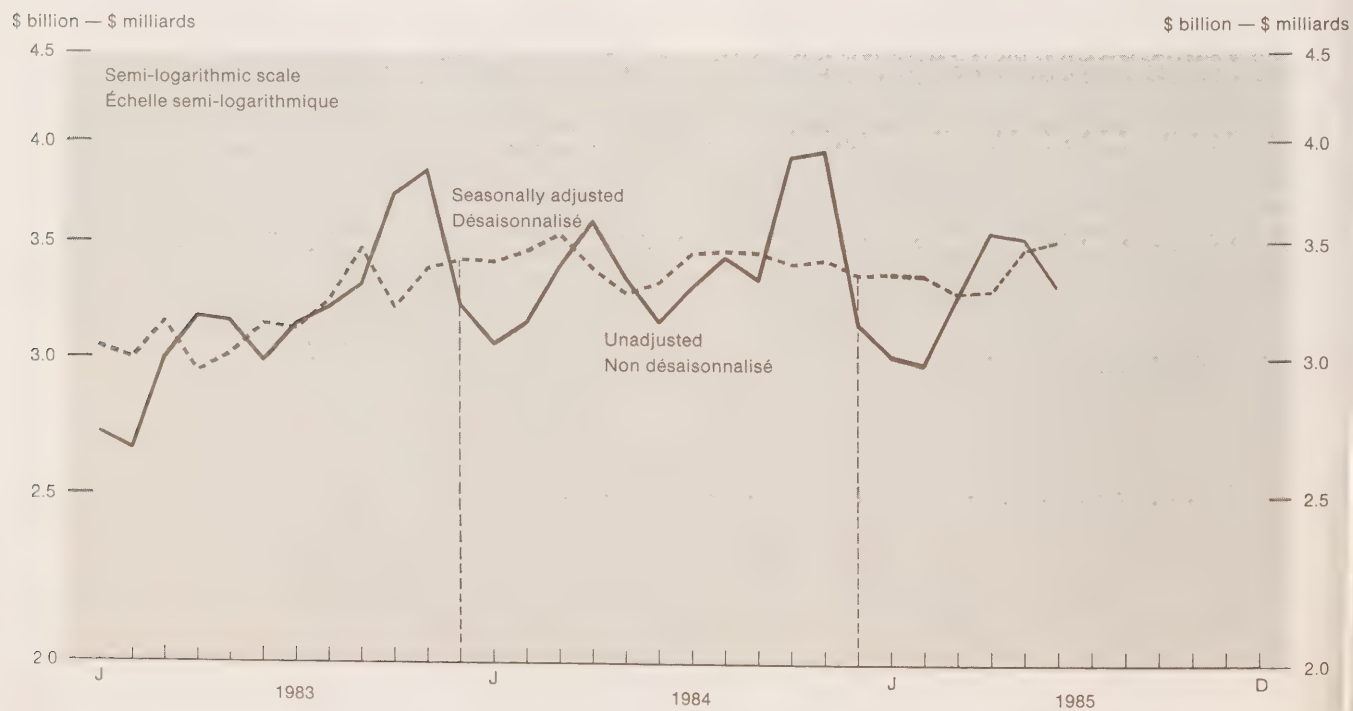


Chart — 2

Graphique — 2

# Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1983-1985





Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1983-1985

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1983-1985

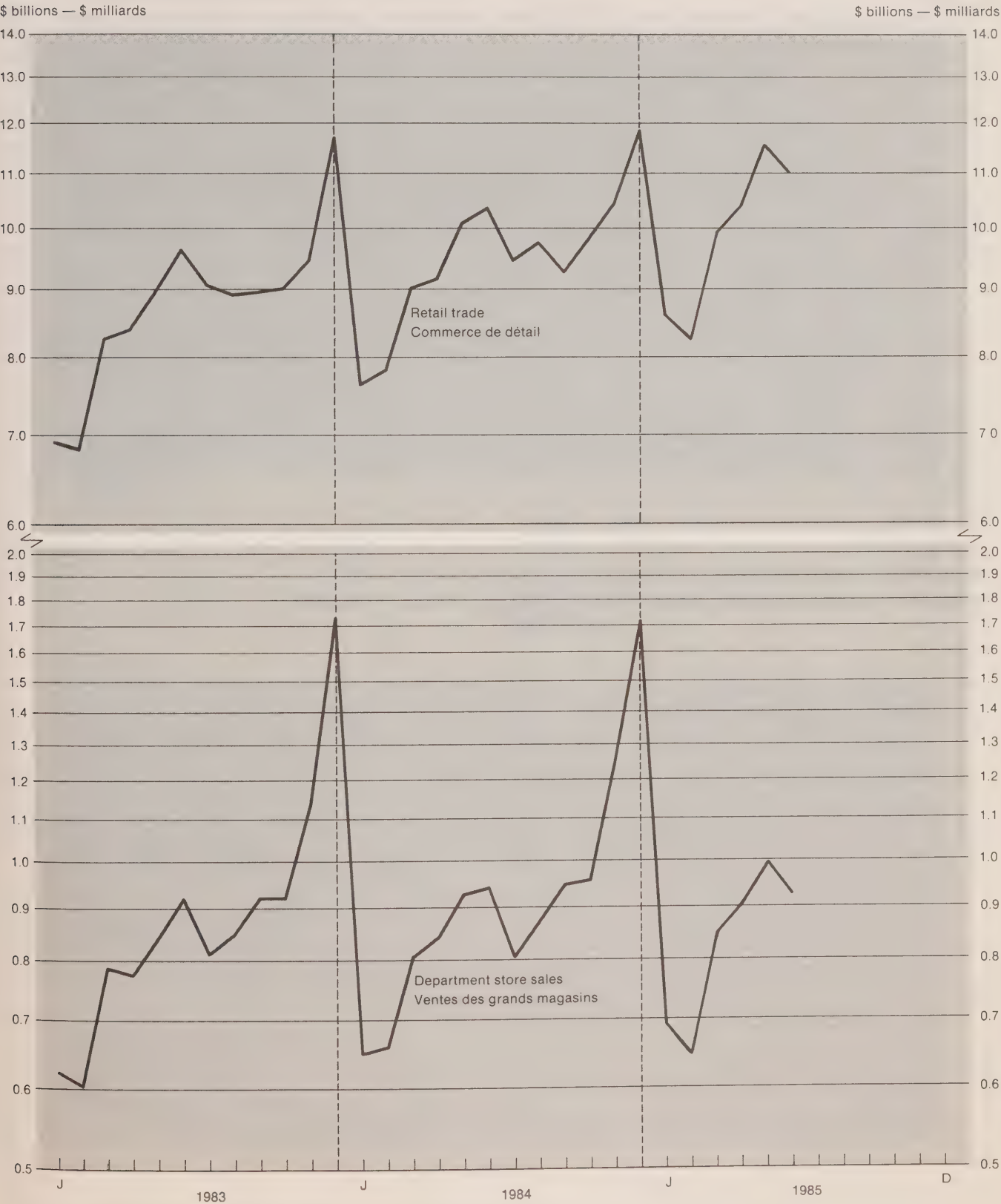


Chart — 4

Graphique — 4

# Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1983-1985

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1983-1985

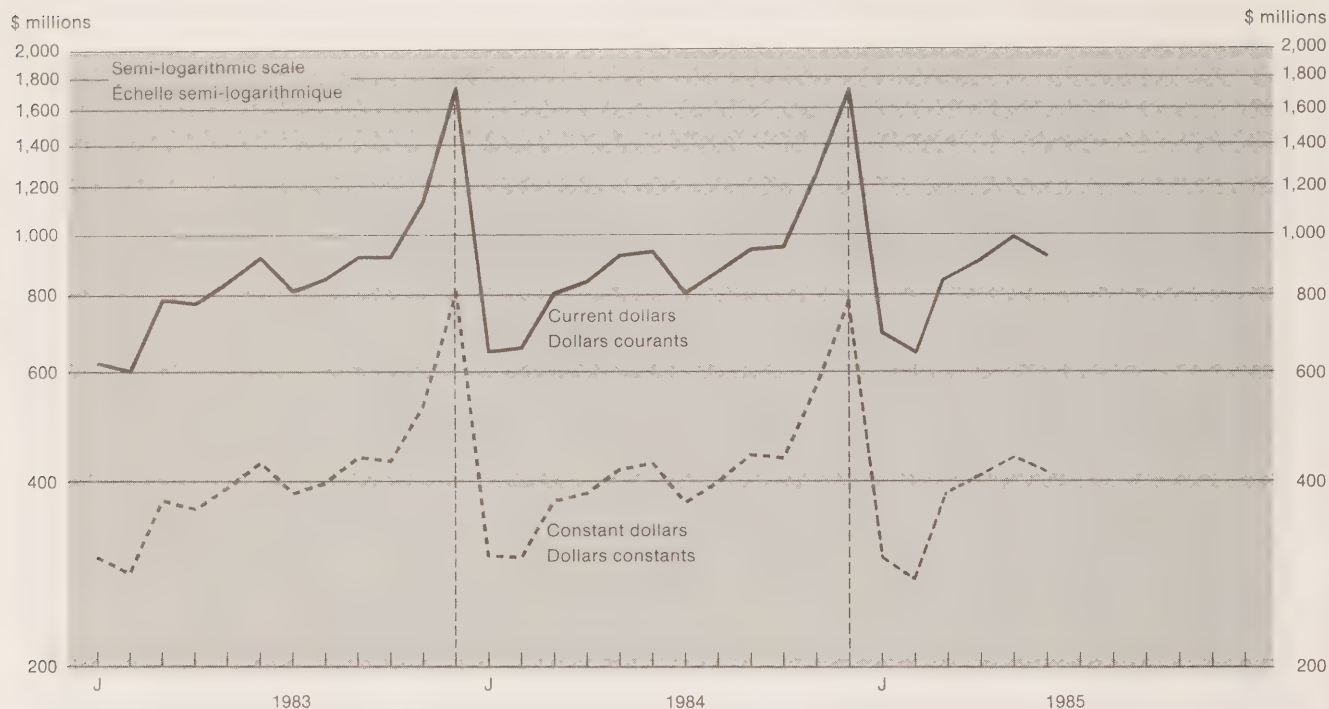
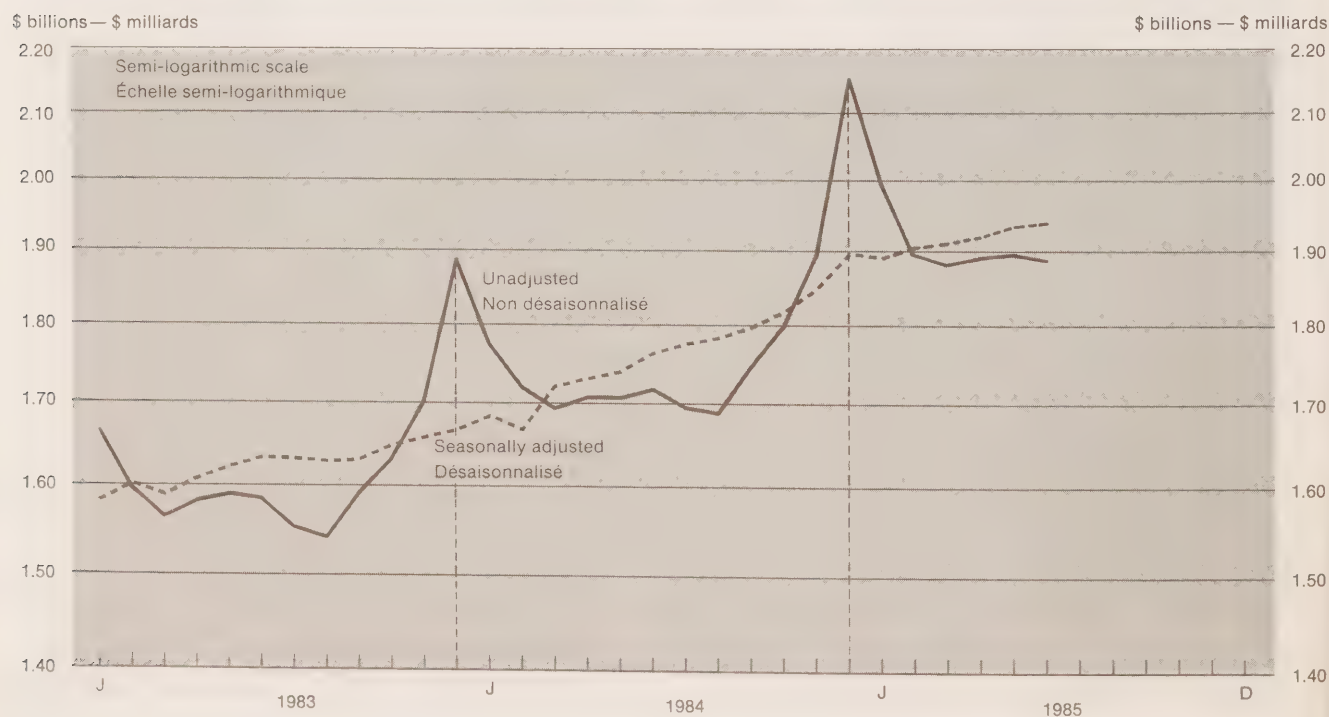


Chart — 5

Graphique — 5

# Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1983-1985

Montants à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985



# Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization

## Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations

\$ millions

\$ millions

360 —

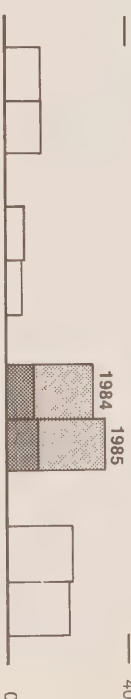
June — Juin  
1984, 1985

— 80

320 —

— 40

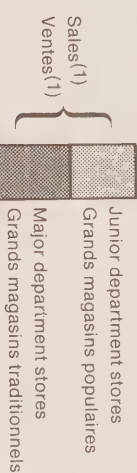
280 —



240 —

Legend — Légende

200 —



\$ millions  
— 160



(1) For reasons of confidentiality, the split between the two groups (Major — Junior) is not shown for some regions.

(1) Pour des raisons de confidentialité, nous ne montrons pas, pour certaines régions, la subdivision en deux groupes (Traditionnels — Populaires).





## HIGHLIGHTS

### Seasonally Adjusted Sales

- Adjusted for seasonal variations and the number of trading days, total department store sales in June 1985 decreased 1.0% to \$984.6 million from the revised May 1985 level of \$994.5 million. Among the 23 departments recording lower sales, the most notable decreases were reported in girl's and teenage girl's wear (- 16.0%), women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms (- 11.9%) and plumbing, heating and building materials (- 9.8%). The largest increases were recorded in furs (+ 50.5%), television, radio and music (+ 15.5%) and lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings (+ 7.1%).

### Unadjusted Sales

- On an unadjusted basis, sales of department stores totalled \$928.2 million in June 1985, down 1.4% from the June 1984 level. Sales were lower in 24 of the 40 departments, with the largest decreases reported in plumbing, heating and building materials (- 31.4%), gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies (- 14.6%) and girl's and teenage girl's wear (- 11.7%). The most notable increases were recorded in furs (+ 16.8%), toys and games (+ 15.0%) and hardware, paints, wallpaper, etc. (+ 14.6%).
- At the provincial level, on a year-over-year basis, department store sales decreased in all provinces with the exception of Newfoundland (+ 1.8%) and Nova Scotia (+ 14.2%). Decreases ranged from 0.2% in British Columbia to 5.4% in Prince Edward Island. Of the ten metropolitan areas surveyed six had lower sales with decreases ranging from 1.3% in Montréal to 6.4% in Edmonton. Sales were higher in Calgary (+ 0.2%); Toronto (+ 0.5%); Vancouver (+ 2.4%); and Halifax-Dartmouth (+ 20.8%).
- Sales by major department stores in June 1985 reached \$557.8 million, down 4.6% from the corresponding month a year earlier, while junior department stores had sales of \$370.4 million, up 3.7% over the same period last year.

## POINTS SAILLANTS

### Ventes désaisonnalisées

- Les ventes des grands magasins, corrigées en fonction des variations saisonnières et du nombre de journées d'affaires, ont diminué de 1.0% en juin 1985, en comparaison avec l'estimation des ventes du mois précédent (\$994.5 millions - chiffre révisé), pour s'établir à \$984.6 millions. Des 23 rayons qui ont connu des baisses des ventes, on a constaté les diminutions les plus marquées dans les rayons de vêtements de fillettes et d'adolescentes (- 16.0%), de robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles (- 11.9%) et de matériel de plomberie, chauffage et construction (- 9.8%). Par contre, les hausses les plus fortes ont été observées dans les rayons de fourrures (+ 50.5%), de télévision, radio et musique (+ 15.5%) et de lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison (+ 7.1%).

### Ventes non désaisonnalisées

- Les ventes des grands magasins, sans ajustements saisonniers, ont totalisé \$928.2 millions en juin 1985, soit 1.4% de moins qu'en juin 1984. Des 40 rayons pour lesquels on recueille des données, 24 ont indiqué des baisses. Les diminutions les plus fortes ont été enregistrées dans les rayons de matériel de plomberie, chauffage et construction (- 31.4%), d'essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures (- 14.6%) et de vêtements de fillettes et d'adolescentes (- 11.7%). Les gains les plus notables ont été signalés dans les rayons de fourrures (+ 16.8%), de jouets et jeux (+ 15.0%) et de quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. (+ 14.6%).
- Au niveau provincial, les ventes des grands magasins ont diminué dans toutes les provinces, par rapport à l'an dernier, sauf à Terre-Neuve (+ 1.8%) et en Nouvelle-Écosse (+ 14.2%). Les baisses s'échelonnent de 0.2% en Colombie-Britannique à 5.4% à l'Île-du-Prince-Édouard. Des dix régions métropolitaines visées par l'enquête, six ont rapporté des diminutions de leurs ventes variant de 1.3% à Montréal à 6.4% à Edmonton. Les ventes ont haussé à Calgary (+ 0.2%), à Toronto (+ 0.5%), à Vancouver (+ 2.4%) et à Halifax-Dartmouth (+ 20.8%).
- Les ventes des grands magasins traditionnels se sont chiffrées à \$557.8 millions en juin 1985, soit une baisse de 4.6% par rapport aux ventes enregistrées à pareille date l'an dernier. Les grands magasins populaires ont, quant à eux, rapporté des ventes s'élevant à \$370.4 millions, ce qui représente un gain de 3.7% comparativement à la même date en 1984.



- In June 1985, there were 795 retail locations operated by department store organizations, unchanged from the number reported for May 1985, but five less than in June 1984. Of this total number, 313 locations were operated by major department store organizations and 482 by junior department store organizations.
- Cumulative unadjusted sales of all department stores for the second quarter of 1985 reached \$2,820.2 million, 3.9% higher than the \$2,715.1 million reported in 1984. Cumulative sales for the first six months of 1985 totalled \$5,008.4 million, an increase of 3.7% over the \$4,831.4 million reported a year earlier.
- Department store sales constituted 8.4% of total retail trade in Canada in June 1985, a notable decline from the 9.0% share held in June 1984.

#### Stocks

- The unadjusted selling value of inventories held by department stores in June 1985 was \$3,292.1 million, up 4.6% from the corresponding month a year earlier. Seasonally adjusted department store stocks totalled \$3,503.0 million, up 0.8% from the previous month's revised value of \$3,475.3 million.

#### Accounts Receivable

- The total value of accounts receivable of all department store organizations in June 1985 amounted to \$1,887.6 million, down 0.5% from the \$1,897.7 million recorded in May 1985.

- En juin 1985, on a dénombré un total de 795 points de vente au détail exploités par les sociétés des grands magasins, soit le même nombre qu'en mai 1985 et cinq de moins qu'en juin 1984. De ce total, 313 ont été exploités par les sociétés de grands magasins traditionnels et 482 par les sociétés de grands magasins populaires.
- Les ventes cumulatives, non désaisonnalisées, pour l'ensemble des grands magasins, ont atteint \$2,820.2 millions au cours du deuxième trimestre de 1985, soit 3.9% de plus qu'au cours de la période correspondante en 1984 (\$2,715.1 millions). Les ventes cumulatives, pour les six premiers mois de 1985, ont totalisé \$5,008.4 millions, soit une hausse de 3.7% par rapport au total de \$4,831.4 millions signalé pour la période correspondante en 1984.
- Les ventes totales des grands magasins ont représenté, à elles seules, 8.4% de l'ensemble du commerce de détail au Canada en juin 1985, soit un recul notable par rapport à la part de 9.0% détenue en juin 1984.

#### Stocks

- La valeur marchande, non désaisonnalisée, des stocks détenus en juin 1985 a haussé de 4.6% par rapport au mois correspondant l'année dernière pour s'établir à \$3,292.1 millions. La valeur désaisonnalisée des stocks a, quant à elle, connu une augmentation de 0.8% par rapport au mois précédent (\$3,475.3 millions - chiffre révisé) et s'est élevée à \$3,503.0 millions.

#### Comptes à recevoir

- La valeur totale des créances à recouvrer par les sociétés de grands magasins s'est chiffrée à \$1,887.6 millions en juin 1985, soit 0.5% de moins que la valeur enregistrée en mai 1985 (\$1,897.7 millions).

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985						1984
		January	February	March	April	May	June	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,867	10,054	15,827	18,842	25,147	19,332	19,897
2	Women's and misses' coats and suits	13,162	12,112	21,186	17,185	10,924	7,916	7,796
3	Women's and misses' sportswear	33,141	38,002	55,553	58,259	71,734	58,577	63,868
4	Furs	5,127	3,539	1,705	1,236	386	563	482
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	18,380	18,267	23,097	24,333	23,718	22,528	23,522
6	Girls' and teenage girls' wear	8,774	9,727	18,744	17,933	18,241	13,813	15,651
7	Lingerie and women's sleepwear	11,844	12,085	15,449	16,045	20,143	16,948	19,095
8	Intimate apparel	9,077	7,928	11,305	11,711	12,584	11,902	12,097
9	Millinery	1,560	1,069	1,179	1,457	1,348	1,149	1,237
10	Women's and girls' hosiery	8,561	7,590	10,813	11,389	11,574	9,495	9,261
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	10,182	9,180	13,746	14,434	16,863	13,197	13,612
12	Women's, misses' and children's footwear	15,387	14,277	24,925	28,338	29,441	23,583	25,188
13	Men's clothing	23,420	23,040	35,906	37,181	38,631	43,374	41,712
14	Men's furnishings	26,318	26,319	39,157	40,122	48,048	56,685	58,045
15	Boys' clothing and furnishings	7,730	7,373	12,535	13,766	13,260	11,846	12,123
16	Men's and boys' footwear	10,677	9,187	16,026	17,360	18,483	18,244	18,794
17	Food and kindred products	51,900	61,856	56,138	63,290	64,008	55,109	54,753
18	Toiletries, cosmetics and drugs	44,181	43,798	50,385	49,880	54,188	51,749	45,701
19	Photographic equipment and supplies	8,696	7,143	9,237	9,744	10,591	13,073	13,650
20	Piece goods	2,809	3,130	4,149	3,304	4,032	3,203	3,560
21	Linens and domestics	31,393	18,082	24,667	24,800	29,360	28,945	28,514
22	Smallwares and notions	9,272	7,386	8,651	7,700	7,483	7,084	6,427
23	China and glassware	7,208	7,887	10,144	9,676	13,474	10,494	10,133
24	Floor coverings	8,851	9,143	11,711	12,475	13,137	12,748	11,259
25	Draperies, curtains and furniture coverings	9,904	9,771	13,429	14,418	16,327	15,489	15,895
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	5,569	4,787	6,403	7,095	6,408	6,341	6,680
27	Furniture	42,715	32,951	45,260	48,996	49,727	50,180	49,941
28	Major appliances	39,936	32,286	41,867	42,455	45,442	45,854	50,927
29	Television, radio and music	32,827	29,117	37,678	35,057	29,059	32,174	32,232
30	Housewares and small electrical appliances	25,526	26,051	26,031	28,339	32,284	32,130	35,006
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	20,892	16,554	22,570	34,262	47,424	40,646	35,478
32	Plumbing, heating and building materials	6,876	5,756	7,315	9,598	11,487	10,014	14,608
33	Jewellery	10,829	12,325	18,174	19,441	24,284	20,432	19,203
34	Toys and games	12,547	13,054	18,893	20,478	18,223	19,636	17,077
35	Sporting goods and luggage	18,858	16,132	20,308	26,535	32,932	32,851	34,266
36	Stationery, books and magazines	22,137	21,397	24,734	24,307	26,250	25,556	25,563
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	11,902	10,041	11,563	14,331	15,342	15,181	17,780
38	Meals and lunches	19,374	17,630	21,869	20,788	21,308	20,882	21,351
39	Repairs and services	10,898	9,123	11,565	10,986	12,149	11,859	10,862
40	All other departments	24,801	21,916	29,183	33,858	45,181	37,375	38,482
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	692,108	647,065	849,077	901,404	990,625	928,157	941,728

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984						Change	Rayon	
						Variation		
July	August	September	October	November	December	June 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juin 1985/1984		
Thousands of dollars						per cent		N <sup>o</sup>
milliers de dollars						pourcentage		
14,527	16,610	15,545	16,077	17,081	22,831	- 2.8	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
7,107	15,796	20,934	26,631	28,221	23,182	+ 1.5	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
45,814	51,007	65,785	56,248	64,239	78,205	- 8.3	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
1,150	1,786	3,464	5,537	9,114	7,811	+ 16.8	Fourrures	4
18,921	27,253	25,928	26,838	29,012	36,901	- 4.2	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
11,910	26,247	19,159	15,231	22,441	23,697	- 11.7	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
15,964	15,531	17,723	18,511	29,712	48,995	- 11.2	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
10,175	10,574	11,857	9,940	11,570	15,153	- 1.6	Sous-vêtements	8
1,136	1,140	1,855	2,716	4,273	4,013	- 7.1	Chapeaux	9
6,474	8,038	12,557	11,538	12,862	16,253	+ 2.5	Bas pour dames et fillettes	10
10,029	11,396	17,064	17,847	28,737	41,120	- 3.0	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
18,077	24,640	31,867	29,925	34,475	32,200	- 6.4	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
25,454	32,728	43,011	41,679	62,353	81,772	+ 4.0	Vêtements pour hommes	13
36,207	34,659	44,443	42,759	72,134	118,770	- 2.3	Articles d'habillement pour hommes	14
9,824	20,360	13,500	13,041	17,219	24,605	- 2.3	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
12,464	14,726	17,150	16,448	22,534	26,104	- 2.9	Chaussures pour hommes et garçons	16
51,819	60,156	54,011	59,062	79,422	86,944	+ 0.7	Produits alimentaires et connexes	17
44,666	46,450	49,117	51,859	68,184	126,980	+ 13.2	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
12,554	13,457	11,839	11,295	15,599	29,572	- 4.2	Appareils et fournitures photographiques	19
3,229	3,842	4,249	4,530	4,704	3,605	- 10.0	Tissus à la pièce	20
30,586	29,930	32,010	27,969	33,925	46,184	+ 1.5	Literie et linge de maison	21
6,819	7,080	10,441	9,572	10,645	12,761	+ 10.2	Menus articles	22
10,291	9,358	11,727	11,760	20,210	37,306	+ 3.6	Porcelaine et verrerie	23
11,682	10,756	12,402	14,153	16,099	11,948	+ 13.2	Revêtements de plancher	24
15,380	13,939	15,563	15,731	17,663	17,044	- 2.6	Tentures, rideaux et housses	25
7,509	7,168	8,343	8,307	13,047	20,568	- 5.1	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
51,873	40,197	44,737	47,236	47,918	43,200	+ 0.5	Meubles	27
47,610	43,523	46,869	47,118	52,088	54,816	- 10.0	Gros appareils ménagers	28
35,416	37,145	53,295	45,651	57,889	89,000	- 0.2	Télévision, radio et musique	29
32,459	33,028	31,912	35,955	47,449	80,759	- 8.2	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
27,106	24,754	22,203	26,503	29,629	35,435	+ 14.6	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
11,210	9,789	9,339	10,353	10,639	11,442	- 31.4	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
16,213	16,949	20,787	17,998	29,894	67,633	+ 6.4	Bijouterie	33
17,864	17,840	20,513	31,689	62,080	91,424	+ 15.0	Jouets et jeux	34
29,212	24,133	20,752	19,092	28,011	47,844	- 4.1	Articles de sport et valises	35
23,305	33,881	32,195	24,710	43,591	74,184	--	Papeterie, livres et revues	36
14,861	17,428	13,686	19,614	20,963	21,877	- 14.6	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
20,066	21,536	20,778	21,952	26,163	32,636	- 2.2	Repas et casse-croûtes	38
9,421	9,745	10,033	12,098	15,849	13,683	+ 9.2	Services et travaux de réparation	39
30,208	27,848	28,722	31,887	36,654	57,324	- 2.9	Tous autres rayons	40
806,592	872,423	947,365	957,060	1,254,292	1,715,781	- 1.4	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985

		1985						1984
Department		January	February	March	April	May <sup>T</sup>	June <sup>P</sup>	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai <sup>T</sup>	Juin <sup>P</sup>	Juin
No.		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	16,279	15,795	17,758	17,242	19,103	16,836	16,338
2	Women's and misses' coats and suits	16,443	16,891	19,946	17,202	18,173	18,329	18,259
3	Women's and misses' sportswear	54,938	55,909	59,245	58,951	63,424	58,154	60,147
4	Furs	3,164	3,111	2,555	4,820	2,245	3,379	2,584
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	24,881	25,953	25,999	24,552	25,081	24,984	24,918
6	Girls' and teenage girls' wear	17,218	15,735	19,400	17,879	18,534	15,570	16,860
7	Lingerie and women's sleepwear	20,356	19,788	20,443	19,720	20,505	19,224	20,509
8	Intimate apparel	11,360	11,190	11,745	11,584	11,652	11,237	10,760
9	Millinery	1,974	1,917	1,949	1,978	2,004	1,935	1,953
10	Women's and girls' hosiery	10,653	10,544	11,216	10,834	11,118	11,217	10,585
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	17,288	17,260	17,785	17,042	17,742	16,954	16,481
12	Women's, misses' and children's footwear	25,658	25,496	26,839	26,192	27,405	24,764	25,136
13	Men's clothing	38,231	39,618	40,519	40,743	42,553	42,187	39,922
14	Men's furnishings	47,824	48,841	52,864	50,736	54,850	51,046	49,476
15	Boys' clothing and furnishings	14,071	13,853	14,660	13,815	14,112	13,874	13,449
16	Men's and boys' footwear	17,615	15,993	18,771	16,538	17,043	16,764	16,771
17	Food and kindred products	61,438	62,596	62,967	62,276	61,521	63,652	60,142
18	Toiletries, cosmetics and drugs	56,885	58,066	58,495	57,753	59,191	60,261	51,444
19	Photographic equipment and supplies	12,556	11,919	12,566	12,729	12,309	12,819	13,022
20	Piece goods	3,360	3,713	3,817	3,516	3,873	3,652	3,883
21	Linens and domestics	29,407	30,819	31,873	30,750	31,003	30,298	28,501
22	Smallwares and notions	8,670	8,923	9,340	8,945	9,223	9,384	8,292
23	China and glassware	12,588	12,669	13,280	13,536	13,439	13,752	12,973
24	Floor coverings	10,566	11,628	11,900	12,229	13,151	13,121	11,667
25	Draperies, curtains and furniture coverings	13,993	14,220	14,409	14,007	14,637	14,475	14,176
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7,585	7,882	8,215	8,682	7,783	8,336	8,489
27	Furniture	45,164	45,043	48,178	50,116	44,991	47,000	45,467
28	Major appliances	44,538	45,415	46,768	46,833	45,358	43,647	44,530
29	Television, radio and music	39,940	42,429	43,009	43,394	37,924	43,796	42,536
30	Housewares and small electrical appliances	36,843	35,867	36,644	34,901	34,652	34,969	36,492
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	29,058	26,480	28,516	32,688	33,677	32,929	27,980
32	Plumbing, heating and building materials	9,483	8,794	9,358	9,095	9,139	8,241	10,638
33	Jewellery	22,559	22,962	24,811	24,990	25,308	24,389	21,970
34	Toys and games	31,623	30,273	32,068	30,796	30,124	31,945	27,291
35	Sporting goods and luggage	27,258	28,226	27,382	27,220	26,866	26,217	26,066
36	Stationery, books and magazines	31,571	31,127	32,423	31,644	31,612	31,973	30,548
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	14,318	14,487	14,300	14,330	14,519	14,855	17,117
38	Meals and lunches	21,966	22,022	22,816	22,349	22,196	22,321	21,723
39	Repairs and services	12,324	11,202	11,876	11,612	12,206	12,334	10,896
40	All other departments	34,387	33,577	34,586	33,467	34,211	33,815	32,933
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	956,034	958,235	1,001,292	987,684	994,457	984,633	952,922



TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984						Change - Variation		Rayon	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December	June/ May 1985			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juin/ mai 1985			
thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
16,055	16,845	15,882	16,617	15,842	16,012	- 11.9		Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
16,774	14,729	17,333	16,392	17,232	16,572	+ 0.9		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
54,537	53,278	53,486	55,615	56,579	54,511	- 8.3		Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
2,939	2,855	3,696	3,873	4,221	3,331	+ 50.5		Fourrures	4
22,823	24,678	24,553	24,422	24,817	24,467	- 0.4		Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
16,211	17,413	17,111	16,023	18,236	16,047	- 16.0		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
19,795	19,738	19,607	19,641	20,378	20,071	- 6.2		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
11,106	10,570	11,159	10,873	10,959	11,092	- 3.6		Sous-vêtements	8
1,983	1,793	2,052	1,982	2,028	1,680	- 3.4		Chapeaux	9
9,773	10,117	10,667	10,291	10,520	10,290	+ 0.9		Bas pour dames et fillettes	10
16,283	15,081	16,601	16,677	18,139	17,143	- 4.4		Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
24,729	25,056	25,283	25,169	25,627	25,317	- 9.6		Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
38,507	39,626	39,715	39,739	41,891	41,999	- 0.9		Vêtements pour hommes	13
48,594	45,269	47,988	46,847	48,385	47,510	- 6.9		Articles d'habillement pour hommes	14
13,591	13,295	13,762	13,737	13,786	13,674	- 1.7		Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
16,188	15,990	15,880	16,187	16,627	16,975	- 1.6		Chaussures pour hommes et garçons	16
61,533	59,047	63,469	61,676	63,157	63,684	+ 3.5		Produits alimentaires et connexes	17
54,455	52,375	56,312	54,878	57,870	57,555	+ 1.8		Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
13,233	12,931	13,006	12,896	12,936	12,857	+ 4.1		Appareils et fournitures photographiques	19
4,176	3,836	3,755	3,781	3,797	3,629	- 5.7		Issus à la pièce	20
29,681	29,133	29,269	28,038	30,857	29,597	- 2.3		Literie et linge de maison	21
8,442	8,126	8,877	8,357	8,515	8,762	+ 1.7		Menus articles	22
13,334	11,792	12,990	13,600	13,583	13,907	+ 2.3		Porcelaine et verrerie	23
11,491	11,457	12,519	11,633	13,009	12,068	- 0.2		Revêtements de plancher	24
14,840	14,276	15,352	14,812	15,110	14,833	- 1.1		Tentures, rideaux et housses	25
9,004	8,331	8,773	8,359	8,847	8,949	+ 7.1		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
44,259	39,641	45,147	45,790	46,458	45,024	+ 4.5		Meubles	27
42,305	43,362	45,032	43,571	46,663	50,116	- 3.8		Gros appareils ménagers	28
43,673	42,112	46,607	43,152	43,204	44,107	+ 15.5		Télévision, radio et musique	29
36,813	36,145	35,907	36,198	37,240	36,971	+ 0.9		Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
28,029	27,024	24,887	25,922	27,767	26,309	- 2.2		Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
10,255	9,878	10,329	9,798	9,967	10,763	- 9.8		Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
22,600	21,265	21,877	21,570	21,977	22,753	- 3.6		Bijouterie	33
28,279	28,106	32,175	30,291	27,851	26,188	+ 6.0		Jouets et jeux	34
26,343	26,484	25,763	25,614	27,099	25,640	- 2.4		Articles de sport et valises	35
31,595	30,702	31,829	29,518	32,280	31,347	+ 1.1		Papeterie, livres et revues	36
16,197	17,495	16,480	16,849	15,825	16,567	+ 2.3		Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
22,002	21,599	22,082	22,107	22,442	22,237	+ 0.6		Repas et casse-croûtes	38
10,840	10,777	11,100	11,094	11,377	11,044	+ 1.0		Services et travaux de réparation	39
33,407	31,198	34,068	34,937	34,994	34,397	- 1.2		Tous autres rayons	40
<b>946,674</b>	<b>923,425</b>	<b>962,379</b>	<b>948,526</b>	<b>978,095</b>	<b>965,994</b>	<b>- 1.0</b>		<b>TOTAL, TOUS RAYONS</b>	<b>41</b>

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

No.	Province	1985						1984
		January	February	March	April	May	June	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin
		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Newfoundland	6,952	7,096	9,731	10,888	12,108	11,545	11,345
2	Prince Edward Island	4,074	3,852	4,567	5,274	5,531	5,837	6,168
3	Nova Scotia	18,630	18,740	25,876	28,657	31,526	31,991	28,025
4	New Brunswick	13,276	12,894	18,127	19,339	21,776	20,529	21,275
5	Quebec	130,436	121,067	160,174	175,359	199,264	176,088	178,268
6	Ontario	248,605	230,686	304,119	329,678	358,424	344,864	348,590
7	Manitoba	34,415	33,067	46,213	48,619	51,033	47,723	49,252
8	Saskatchewan	22,137	20,906	27,964	29,300	31,499	28,559	29,464
9	Alberta	97,925	91,754	117,811	117,594	131,665	119,766	124,800
10	British Columbia	115,658	107,002	134,497	136,697	147,799	141,256	141,559
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-	2,983
12	CANADA	692,108	647,065	849,077	901,404	990,625	928,157	941,728

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985						1984
		January	February	March	April	May	June	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin
		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Calgary	37,702	35,612	45,068	44,971	50,471	46,784	46,703
2	Edmonton	44,148	40,891	52,733	52,316	59,076	53,206	56,832
3	Halifax-Dartmouth	11,130	10,743	14,671	15,563	17,662	17,965	14,867
4	Hamilton	19,486	16,635	21,422	24,210	26,387	24,478	25,922
5	Montreal	78,812	73,022	94,865	102,956	115,914	103,375	104,741
6	Ottawa-Hull	30,661	27,879	37,643	38,845	45,490	39,575	42,163
7	Quebec City	18,428	16,465	21,969	23,695	28,547	24,955	25,779
8	Toronto	99,553	95,090	125,686	130,664	139,376	138,949	138,276
9	Vancouver	70,220	64,386	80,280	80,174	87,331	84,774	82,772
10	Winnipeg	31,341	29,981	41,482	43,706	46,154	42,837	44,397

TABLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1984 et 1985

1984						Change Variation	Province	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December	June 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juin 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
9,442	11,317	11,141	12,329	16,271	23,157	+ 1.8	Terre-Neuve	1
6,177	6,375	5,490	5,624	7,412	10,707	- 5.4	Île-du-Prince-Édouard	2
25,131	28,836	28,999	30,813	43,553	61,171	+ 14.2	Nouvelle-Écosse	3
18,421	20,079	20,138	21,328	30,789	40,972	- 3.5	Nouveau-Brunswick	4
150,887	163,813	176,106	182,239	230,121	311,798	- 1.2	Québec	5
292,171	312,209	341,081	346,765	472,695	652,243	- 1.1	Ontario	6
43,233	45,526	52,448	49,639	65,859	85,871	- 3.1	Manitoba	7
26,331	27,248	31,473	30,177	41,146	53,485	- 3.1	Saskatchewan	8
104,897	116,810	127,993	126,976	158,726	218,029	- 4.0	Alberta	9
127,425	137,534	149,146	148,115	184,827	253,420	- 0.2	Colombie-Britannique	10
2,478	2,674	3,350	3,054	2,894	4,928	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
806,592	872,423	947,365	957,060	1,254,292	1,715,781	- 1.4	CANADA	12

TABLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

1984						Change Variation	Certaines zones métropolitaines	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December	June 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juin 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
41,049	43,591	49,079	48,618	60,020	83,892	+ 0.2	Calgary	1
48,855	53,470	57,612	57,446	71,344	96,074	- 6.4	Edmonton	2
13,030	15,745	16,665	17,572	24,904	32,904	+ 20.8	Halifax-Dartmouth	3
21,566	22,156	24,493	25,892	32,526	50,915	- 5.6	Hamilton	4
84,768	93,911	106,689	108,137	138,914	190,400	- 1.3	Montréal	5
34,535	38,390	42,719	44,593	56,416	73,494	- 6.1	Ottawa-Hull	6
23,024	23,843	24,577	25,644	31,863	40,556	- 3.2	Ville de Québec	7
114,163	119,291	139,209	139,154	188,655	263,715	+ 0.5	Toronto	8
72,695	78,140	88,171	87,881	108,850	148,953	+ 2.4	Vancouver	9
39,143	41,157	47,664	44,889	59,918	76,858	- 3.5	Winnipeg	10

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

No.	Province	1985						1984
		January	February	March	April	May	June	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin
		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x
2	Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x
3	Nova Scotia	7,353	6,567	9,188	9,717	10,259	10,862	8,257
4	New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x
5	Quebec	75,980	67,700	90,490	95,938	109,889	97,397	99,753
6	Ontario	153,708	138,416	185,694	191,431	206,083	199,764	208,432
7	Manitoba	23,448	21,585	30,515	30,889	30,978	29,066	31,344
8	Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x
9	Alberta	76,498	69,584	87,813	86,695	95,243	86,065	93,174
10	British Columbia	95,162	86,133	107,111	107,696	113,074	107,943	112,125
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-	x
12	CANADA	453,711	409,143	537,063	549,234	594,109	557,754	584,661

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985						1984
		January	February	March	April	May	June	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin
		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Calgary	30,048	27,906	34,770	34,678	37,994	34,846	35,852
2	Edmonton	35,184	31,384	40,019	39,005	43,339	38,937	43,076
3	Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x
4	Hamilton	14,872	12,214	15,555	17,471	18,781	17,292	18,853
5	Montréal	51,972	47,044	61,779	65,112	74,094	66,021	65,971
6	Ottawa-Hull	19,758	16,730	23,497	22,833	27,075	24,082	25,979
7	Quebec City	x	x	x	x	x	x	x
8	Toronto	72,416	69,020	93,501	93,067	97,410	98,228	98,375
9	Vancouver	62,059	56,067	69,426	68,968	74,419	72,571	71,257
10	Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985

1984						Change Variation	Province	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December	June 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juin 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
7,350	9,729	10,873	11,086	15,666	20,626	+ 31.5	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
84,105	90,369	106,580	107,600	135,411	173,829	- 2.4	Québec	5
173,654	180,143	213,139	214,317	292,214	386,092	- 4.2	Ontario	6
27,592	28,635	36,495	32,513	43,967	54,203	- 7.3	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
76,448	86,398	97,543	94,529	120,054	160,601	- 7.6	Alberta	9
99,403	107,152	120,456	118,969	148,121	198,033	- 3.7	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
496,195	530,591	619,430	611,524	799,105	1,049,201	- 4.6	CANADA	12

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]



TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

No.	Province	1985						1984
		January	February	March	April	May	June	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin
		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x
2	Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x
3	Nova Scotia	11,277	12,173	16,688	18,939	21,267	21,129	19,768
4	New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x
5	Quebec	54,456	53,367	69,684	79,421	89,375	78,691	78,515
6	Ontario	94,898	92,269	118,425	138,246	152,341	145,100	140,158
7	Manitoba	10,967	11,482	15,698	17,729	20,055	18,658	17,907
8	Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x
9	Alberta	21,426	22,170	29,998	30,899	36,422	33,701	31,626
10	British Columbia	20,496	20,869	27,386	29,001	34,725	33,314	29,434
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-	x
12	CANADA	238,397	237,922	312,014	352,171	396,516	370,404	357,066

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985						1984
		January	February	March	April	May	June	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin
		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Calgary	7,655	7,707	10,298	10,293	12,477	11,938	10,851
2	Edmonton	8,965	9,507	12,714	13,311	15,738	14,269	13,756
3	Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x
4	Hamilton	4,614	4,421	5,868	6,739	7,606	7,186	7,069
5	Montréal	26,840	25,978	33,087	37,844	41,819	37,354	38,770
6	Ottawa-Hull	10,903	11,149	14,147	16,012	18,416	15,494	16,184
7	Quebec City	x	x	x	x	x	x	x
8	Toronto	27,136	26,070	32,185	37,597	41,966	40,721	39,902
9	Vancouver	8,161	8,320	10,854	11,206	12,913	12,202	11,515
10	Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985

1984						Change Variation	Province	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December	June 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juin 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
17,781	19,107	18,126	19,727	27,887	40,544	+ 6.9	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
66,781	73,444	69,526	74,639	94,710	137,969	+ 0.2	Québec	5
118,517	132,066	127,942	132,448	180,480	266,151	+ 3.5	Ontario	6
15,641	16,892	15,953	17,126	21,892	31,669	+ 4.2	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
28,449	30,412	30,450	32,447	38,673	57,427	+ 6.6	Alberta	9
28,022	30,382	28,690	29,147	36,706	55,387	+ 13.2	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
<b>310,397</b>	<b>341,831</b>	<b>327,935</b>	<b>345,536</b>	<b>455,187</b>	<b>666,580</b>	<b>+ 3.7</b>	<b>CANADA</b>	<b>12</b>

TABLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

No.	Province	1985					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		number - nombre					
1	Newfoundland	14	14	14	14	14	14
2	Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7
3	Nova Scotia	33	33	33	34	34	34
4	New Brunswick	27	27	27	27	27	27
5	Quebec	163	163	163	163	163	163
6	Ontario	297	297	297	297	297	297
7	Manitoba	38	38	38	38	38	38
8	Saskatchewan	32	32	32	32	32	32
9	Alberta	81	81	81	81	81	81
10	British Columbia	102	101	101	101	102	102
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12	CANADA	794(1)	793	793	794	795	795

(1) The decrease of seven stores is due to the reclassification of these department stores to other kinds of business.

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		number - nombre					
1	Calgary	26	26	26	26	26	26
2	Edmonton	33	33	33	33	33	33
3	Halifax-Dartmouth	14	14	14	14	15	15
4	Hamilton	24	24	24	24	25	25
5	Montréal	76	76	76	76	76	76
6	Ottawa-Hull	32	32	32	32	32	32
7	Quebec City	22	22	22	22	22	22
8	Toronto	88	88	88	88	88	88
9	Vancouver	41	41	41	41	42	42
10	Winnipeg	30	30	30	30	30	30

TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1984 et 1985

1984								
June	July	August	September	October	November	December	Province	
Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		Nº
number - nombre								
14	14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
32	32	33	33	33	33	33	Nouvelle-Écosse	3
27	27	27	27	27	27	27	Nouveau-Brunswick	4
160	160	160	160	161	163	163	Québec	5
298	298	297	297	298	298	298	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
31	31	31	31	32	32	32	Saskatchewan	8
84	84	81	81	81	81	81	Alberta	9
103	103	102	102	102	102	102	Colombie-Britannique	10
6	6	6	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
800	800	796	796	799	801	801	CANADA	12

(1) La baisse de sept magasins a été causée par la reclassification de ces magasins à d'autres genres de commerce.

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

No.	Province	1985					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		number - nombre					
1	Newfoundland	6	6	6	6	6	6
2	Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3
3	Nova Scotia	7	7	7	7	7	7
4	New Brunswick	4	4	4	4	4	4
5	Quebec	55	55	55	55	54	54
6	Ontario	109	109	109	109	109	109
7	Manitoba	18	18	18	18	17	17
8	Saskatchewan	15	15	15	15	15	15
9	Alberta	46	46	46	46	45	45
10	British Columbia	60	59	59	59	53	53
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12	CANADA	323	322	322	322	313	313

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		number - nombre					
1	Calgary	14	14	14	14	14	14
2	Edmonton	18	18	18	18	18	18
3	Halifax-Dartmouth	6	6	6	6	6	6
4	Hamilton	14	14	14	14	14	14
5	Montréal	30	30	30	30	30	30
6	Ottawa-Hull	12	12	12	12	12	12
7	Quebec City	8	8	8	8	8	8
8	Toronto	40	40	40	40	40	40
9	Vancouver	26	26	26	26	27	27
10	Winnipeg	13	13	13	13	13	13



TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985

1984							Province	N <sup>o</sup>
June	July	August	September	October	November	December		
Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre								
8	8	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2
6	6	7	7	7	7	7	Nouvelle-Écosse	3
4	4	4	4	4	4	4	Nouveau-Brunswick	4
55	55	54	54	55	55	55	Québec	5
113	113	110	110	110	110	110	Ontario	6
18	18	18	18	18	18	18	Manitoba	7
16	16	15	15	15	15	15	Saskatchewan	8
49	49	46	46	46	46	46	Alberta	9
61	61	60	60	60	60	60	Colombie-Britannique	10
5	5	5	5	5	5	5	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
338	338	328	328	329	329	329	CANADA	12

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

Province	1985					
	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	number - nombre					
No.						
1 Newfoundland	8	8	8	8	8	8
2 Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4
3 Nova Scotia	26	26	26	27	27	27
4 New Brunswick	23	23	23	23	23	23
5 Quebec	108	108	108	108	109	109
6 Ontario	188	188	188	188	188	188
7 Manitoba	20	20	20	20	21	21
8 Saskatchewan	17	17	17	17	17	17
9 Alberta	35	35	35	35	36	36
10 British Columbia	42	42	42	42	49	49
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12 CANADA	471	471	471	472	482	482

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

Selected metropolitan areas	1985					
	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	number - nombre					
No.						
1 Calgary	12	12	12	12	12	12
2 Edmonton	15	15	15	15	15	15
3 Halifax-Dartmouth	8	8	8	8	9	9
4 Hamilton	10	10	10	10	11	11
5 Montréal	46	46	46	46	46	46
6 Ottawa-Hull	20	20	20	20	20	20
7 Quebec City	14	14	14	14	14	14
8 Toronto	48	48	48	48	48	48
9 Vancouver	15	15	15	15	15	15
10 Winnipeg	17	17	17	17	17	17

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985

1984							Province	N <sup>o</sup>
June	July	August	September	October	November	December		
Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre								
6	6	8	8	8	8	8	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
26	26	26	26	26	26	26	Nouvelle-Écosse	3
23	23	23	23	23	23	23	Nouveau-Brunswick	4
105	105	106	106	106	108	108	Québec	5
185	185	187	187	188	188	188	Ontario	6
20	20	20	20	20	20	20	Manitoba	7
15	15	16	16	17	17	17	Saskatchewan	8
35	35	35	35	35	35	35	Alberta	9
42	42	42	42	42	42	42	Colombie-Britannique	10
1	1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
462	462	468	468	470	472	472	CANADA	12

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

1984								
June	July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	
Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		N <sup>o</sup>
number - nombre								
12	12	12	12	12	12	12	Calgary	1
15	15	15	15	15	15	15	Edmonton	2
8	8	8	8	8	8	8	Halifax-Dartmouth	3
10	10	10	10	10	10	10	Hamilton	4
45	45	45	45	45	46	46	Montréal	5
20	20	20	20	20	20	20	Ottawa-Hull	6
13	13	13	13	13	14	14	Ville de Québec	7
48	48	48	48	48	48	48	Toronto	8
15	15	15	15	15	15	15	Vancouver	9
17	17	17	17	17	17	17	Winnipeg	10

TABLE 15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985  
January-June

TABEAU 15. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985  
Janvier-juin

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1985/1984
		1984 <sup>r</sup>	1985	Variation 1985/1984
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	88,545	98,069	+ 10.8
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	80,596	82,485	+ 2.3
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et jeunes filles	292,866	315,266	+ 7.6
4	Furs - Fourrures	11,507	12,556	+ 9.1
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	127,171	130,323	+ 2.5
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	81,172	87,232	+ 7.5
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	93,484	92,514	- 1.0
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	61,084	64,507	+ 5.6
9	Millinery - Chapeaux	7,461	7,762	+ 4.0
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	58,753	59,422	+ 1.1
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	73,386	77,602	+ 5.7
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	130,578	135,951	+ 4.1
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	187,120	201,552	+ 7.7
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	225,723	236,649	+ 4.8
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habille- ment pour garçons	62,769	66,510	+ 6.0
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	86,011	89,977	+ 4.6
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	338,631	352,301	+ 4.0
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	265,787	294,181	+ 10.7
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	62,421	58,484	- 6.3
20	Piece goods - Tissus à la pièce	23,036	20,627	- 10.5
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	146,243	157,247	+ 7.5
22	Smallwares and notions - Menus articles	43,861	47,576	+ 8.5
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	56,445	58,883	+ 4.3
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	67,562	68,065	+ 0.7
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	83,587	79,338	- 5.1
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	40,473	36,603	- 9.6
27	Furniture - Meubles	257,340	269,829	+ 4.9
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	246,449	247,840	+ 0.6
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique	201,824	195,912	- 2.9
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	175,131	170,361	- 2.7
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	154,820	182,348	+ 17.8
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	63,128	51,046	- 19.1
33	Jewellery - Bijouterie	96,005	105,485	+ 9.9
34	Toys and games - Jouets et jeux	92,010	102,831	+ 11.8
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	142,966	147,616	+ 3.3
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	142,381	144,381	+ 1.4
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	97,431	78,360	- 19.6
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	122,087	121,851	- 0.2
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	58,275	66,580	+ 14.3
40	All other departments - Tous autres rayons	185,239	192,314	+ 3.8
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	4,831,358	5,008,436	+ 3.7

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985  
January-June

TABLEAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1984 et 1985  
Janvier-juin

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	54,459	58,320	+ 7.1
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	28,519	29,135	+ 2.2
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	138,710	155,420	+ 12.0
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	103,915	105,941	+ 1.9
Québec	913,774	962,388	+ 5.3
Ontario	1,732,990	1,816,376	+ 4.8
Manitoba	252,654	261,070	+ 3.3
Saskatchewan	156,565	160,365	+ 2.4
Alberta	668,031	676,515	+ 1.3
British Columbia - Colombie-Britannique	767,455	782,909	+ 2.0
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	14,284	-	...
<b>CANADA</b>	<b>4,831,358</b>	<b>5,008,436</b>	<b>+ 3.7</b>

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985  
January-June

TABLEAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines,  
1984 et 1985  
Janvier-juin

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
Certaines zones métropolitaines	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	252,164	260,608	+ 3.3
Edmonton	304,309	302,370	- 0.6
Halifax-Dartmouth	75,256	87,734	+ 16.6
Hamilton	128,886	132,618	+ 2.9
Montréal	538,250	568,944	+ 5.7
Ottawa-Hull	214,188	220,093	+ 2.8
Quebec City - Ville de Québec	130,970	134,059	+ 2.4
Toronto	690,736	729,318	+ 5.6
Vancouver	453,469	467,165	+ 3.0
Winnipeg	229,047	235,501	+ 2.8



TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985  
January-June

TABLEAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985  
Janvier-juin

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>r</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	42,822	53,946	+ 26.0
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	521,391	537,394	+ 3.1
Ontario	1,058,905	1,075,096	+ 1.5
Manitoba	165,017	166,481	+ 0.9
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	506,372	501,898	- 0.9
British Columbia - Colombie-Britannique	615,510	617,119	+ 0.3
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	-	...
<b>CANADA</b>	<b>3,073,695</b>	<b>3,101,014</b>	<b>+ 0.9</b>

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985  
January-June

TABLEAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985  
Janvier-juin

Selected metropolitan areas  Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>r</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	196,521	200,242	+ 1.9
Edmonton	234,267	227,868	- 2.7
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	94,203	96,185	+ 2.1
Montréal	348,850	366,022	+ 4.9
Ottawa-Hull	135,308	133,975	- 1.0
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	501,843	523,642	+ 4.3
Vancouver	393,223	403,510	+ 2.6
Winnipeg	x	x	x

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985  
January-June

TABLEAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985  
Janvier-juin

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>r</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	95,889	101,473	+ 5.8
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	392,382	424,994	+ 8.3
Ontario	674,086	741,279	+ 10.0
Manitoba	87,635	94,589	+ 7.9
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	161,659	174,616	+ 8.0
British Columbia - Colombie-Britannique	151,946	165,791	+ 9.1
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	-	...
<b>CANADA</b>	<b>1,757,663</b>	<b>1,907,424</b>	<b>+ 8.5</b>

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985  
January-June

TABLEAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines,  
1984 et 1985  
Janvier-juin

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>r</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
Certaines zones métropolitaines	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	55,643	60,368	+ 8.5
Edmonton	70,041	74,504	+ 6.4
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	34,683	36,434	+ 5.0
Montréal	189,396	202,922	+ 7.1
Ottawa-Hull	78,881	86,121	+ 9.2
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	188,895	205,675	+ 8.9
Vancouver	60,248	63,656	+ 5.7
Winnipeg	x	x	x

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1983-1985

TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1983-1985

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
<b>1983:</b>						
January - Janvier	623,021	100.0	416,075	66.8	206,946	33.2
February - Février	603,808	100.0	400,059	66.3	203,749	33.7
March - Mars	787,544	100.0	517,493	65.7	270,051	34.3
April - Avril	775,226	100.0	496,409	64.0	278,817	36.0
May - Mai	842,133	100.0	524,430	62.3	317,702	37.7
June - Juin	920,150	100.0	578,341	62.9	341,809	37.1
July - Juillet	813,746	100.0	510,481	62.7	303,265	37.3
August - Août	850,885	100.0	528,907	62.2	321,978	37.8
September - Septembre	922,067	100.0	609,641	66.1	312,425	33.9
October - Octobre	922,014	100.0	605,042	65.6	316,972	34.4
November - Novembre	1,138,763	100.0	741,909	65.2	396,854	34.8
December - Décembre	1,731,121	100.0	1,078,633	62.3	652,488	37.7
Year - Année	10,930,478	100.0	7,007,420	64.1	3,923,056	35.9
<b>1984:</b>						
January - Janvier	649,626	100.0	433,177	66.7	216,450	33.3
February - Février	659,594	100.0	426,537	64.7	233,057	35.3
March - Mars	806,999	100.0	529,691	65.6	277,309	34.4
April - Avril	843,022	100.0	522,096	61.9	320,926	38.1
May - Mai	930,389	100.0	577,533	62.1	352,855	37.9
June - Juin	941,728	100.0	584,661	62.1	357,066	37.9
July - Juillet	806,592	100.0	496,195	61.5	310,397	38.5
August - Août	872,423	100.0	530,591	60.8	341,831	39.2
September - Septembre	947,365	100.0	619,430	65.4	327,935	34.6
October - Octobre	957,060	100.0	611,524	63.9	345,536	36.1
November - Novembre	1,254,292	100.0	799,105	63.7	455,187	36.3
December - Décembre	1,715,781	100.0	1,049,201	61.2	666,580	38.8
Year - Année	11,384,871	100.0	7,179,741	63.1	4,205,129	36.9
<b>1985:</b>						
January - Janvier	692,108	100.0	453,711	65.6	238,397	34.4
February - Février	647,065	100.0	409,143	63.2	237,922	36.8
March - Mars	849,077	100.0	537,063	63.3	312,014	36.7
April - Avril	901,404	100.0	549,234	60.9	352,171	39.1
May - Mai	990,625	100.0	594,109	60.0	396,516	40.0
June - Juin	928,157	100.0	557,754	60.1	370,404	39.9
July - Juillet						
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1983-1985  
June

TABLERAU 23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1983-1985  
Juin

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1985/1984
	1983	1984	1985	Variation 1985/1984
Province et certaines zones métropolitaines	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	6.0	6.2	5.9	- 4.8
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	13.7	12.8	11.7	- 8.6
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	8.5	7.8	8.1	+ 3.8
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	8.1	7.9	7.6	- 3.8
Québec	7.0	6.8	6.4	- 5.9
Ontario	9.4	8.8	8.2	- 6.8
Manitoba	12.6	12.4	10.9	- 12.1
Saskatchewan	6.9	7.4	6.9	- 6.8
Alberta	12.5	11.9	10.7	- 10.1
British Columbia - Colombie-Britannique	13.8	12.2	11.7	- 4.1
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11.0	9.1	...	...
<b>CANADA</b>	<b>9.5</b>	<b>9.0</b>	<b>8.4</b>	<b>- 6.7</b>
Montréal	8.8	8.4	8.0	- 4.8
Toronto	10.1	9.6	9.3	- 3.1
Winnipeg	17.6	17.0	15.1	- 11.2
Vancouver	16.6	14.0	14.3	+ 2.1

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985					1984		
		January	February	March	April	May	June	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin	Juillet
		thousands of dollars milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	39,185	43,993	56,955	60,797	54,107	43,977	40,413	55,968
2	Women's and misses' coats and suits	48,419	65,516	68,340	61,861	53,789	43,361	26,471	59,431
3	Women's and misses' sportswear	128,354	150,980	171,399	178,900	166,346	144,730	147,677	155,739
4	Furs	23,715	19,658	14,917	27,476	28,928	30,362	22,198	25,502
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	71,653	67,973	77,245	89,457	84,937	80,040	79,161	90,156
6	Girls' and teenage girls' wear	37,234	51,030	59,132	54,914	58,342	47,063	40,352	53,772
7	Lingerie and women's sleepwear	44,161	42,405	47,653	55,747	53,175	45,396	48,049	49,371
8	Intimate apparel	46,429	41,490	43,624	45,951	44,588	44,618	38,473	37,751
9	Millinery	3,119	3,418	2,548	3,521	2,990	2,606	2,424	2,945
10	Women's and girls' hosiery	37,889	34,836	38,986	42,035	37,480	34,668	29,133	30,118
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	49,934	48,511	53,600	57,748	53,111	46,410	41,822	47,291
12	Women's, misses' and children's footwear	87,816	99,585	121,486	122,004	113,930	101,511	92,464	98,607
13	Men's clothing	124,638	156,531	171,752	194,346	190,644	166,346	137,113	150,094
14	Men's furnishings	143,096	145,075	166,369	193,067	194,853	154,193	140,513	133,222
15	Boys' clothing and furnishings	42,748	45,631	47,836	46,461	42,819	44,144	36,281	51,349
16	Men's and boys' footwear	59,521	57,489	76,236	80,077	90,324	69,558	70,005	73,069
17	Food and kindred products	41,847	35,361	37,872	38,427	35,161	31,444	33,843	32,309
18	Toiletries, cosmetics and drugs	255,555	208,248	225,060	236,131	234,780	230,330	196,312	210,831
19	Photographic equipment and supplies	55,504	44,500	49,665	52,185	51,054	50,506	55,856	56,342
20	Piece goods	17,949	16,873	21,571	18,654	20,683	20,308	24,546	24,526
21	Linens and domestics	128,300	127,853	134,314	146,716	148,825	142,340	143,760	142,578
22	Smallwares and notions	38,175	35,879	37,555	44,184	47,806	48,739	46,057	46,679
23	China and glassware	68,077	74,719	66,029	85,463	84,766	76,648	85,908	92,347
24	Floor coverings	50,742	47,734	49,746	51,134	51,347	50,529	59,150	60,632
25	Draperies, curtains and furniture coverings	70,093	60,655	65,910	68,661	68,008	65,502	70,820	72,673
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	56,372	53,190	57,261	60,255	63,533	61,939	54,488	58,424
27	Furniture	145,059	145,868	149,735	157,566	152,328	151,943	184,226	184,995
28	Major appliances	67,296	72,678	74,982	76,661	73,394	70,552	64,620	65,513
29	Television, radio and music	133,537	128,146	140,488	153,594	145,992	138,333	160,500	156,545
30	Housewares and small electrical appliances	164,939	151,991	157,505	174,480	166,909	174,343	190,313	187,696
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	116,518	120,579	142,450	148,268	158,719	175,304	149,161	137,559
32	Plumbing, heating and building materials	24,231	21,786	31,394	24,392	25,361	28,840	26,519	27,449
33	Jewellery	109,160	96,901	107,128	113,812	113,439	109,202	117,711	124,710
34	Toys and games	112,665	109,764	121,590	141,558	153,617	158,887	90,917	102,536
35	Sporting goods and luggage	113,507	110,606	133,988	160,378	159,668	145,230	137,362	133,043
36	Stationery, books and magazines	135,422	125,423	130,744	139,442	144,907	133,691	140,628	156,284
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	53,925	50,203	53,851	54,543	53,906	52,859	52,141	47,221
38	Meals and lunches	985	539	654	646	597	423	641	895
39	Repairs and services	5,461	5,566	6,085	6,380	6,081	6,389	5,587	5,629
40	All other departments	58,419	50,976	61,896	72,766	86,123	68,824	64,503	64,053
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,011,649	2,970,159	3,275,551	3,540,658	3,517,367	3,292,088	3,148,118	3,305,854

(1) At selling value.



TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984					Change - Variation			
August	September	October	November	December	June/ May 1985	June 1985/1984	Rayon	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juin/ mai 1985	Juin 1985/1984		
thousands of dollars					per cent			N°
milliers de dollars					pourcentage			
54,552	54,325	64,109	57,551	45,548	- 18.7	+ 8.8	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
69,865	83,396	88,387	70,525	50,707	- 19.4	+ 63.8	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
189,720	174,379	195,689	192,828	134,161	- 13.0	- 2.0	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
26,370	25,303	35,994	29,500	25,339	+ 5.0	+ 36.8	Fourrures	4
93,299	85,719	91,718	86,785	80,801	- 5.8	+ 1.1	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
50,212	50,309	56,701	54,375	34,598	- 19.3	+ 16.6	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
52,703	50,448	66,483	81,616	44,897	- 14.6	- 5.5	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
39,720	35,693	44,763	49,442	45,665	+ 0.1	+ 16.0	Sous-vêtements	8
4,342	4,276	4,267	6,080	5,211	- 12.8	+ 7.5	Chapeaux	9
37,850	33,092	36,982	39,445	36,027	- 7.5	+ 19.0	Bas pour dames et fillettes	10
51,018	54,376	71,298	82,743	55,141	- 12.6	+ 11.0	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
112,635	104,743	111,899	107,316	92,122	- 10.9	+ 9.8	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
156,845	166,401	213,654	222,868	146,065	- 12.7	+ 21.3	Vêtements pour hommes	13
38,715	40,887	54,604	47,655	35,467	- 20.9	+ 9.7	Articles d'habillement pour hommes	14
38,715	40,887	54,604	47,655	35,467	+ 3.1	+ 21.7	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
77,227	72,378	84,660	79,040	63,630	- 23.0	- 0.6	Chaussures pour hommes et garçons	16
27,184	34,765	45,449	51,232	23,221	- 10.6	- 7.1	Produits alimentaires et connexes	17
202,695	207,561	260,388	284,466	204,522	- 1.9	+ 17.3	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
54,921	50,689	66,460	58,862	43,806	- 1.1	- 9.6	Appareils et fournitures photographiques	19
28,082	24,503	29,270	27,108	24,799	- 1.8	- 17.3	Tissus à la pièce	20
135,577	129,818	138,764	154,748	147,039	- 4.4	- 1.0	Literie et linge de maison	21
44,671	39,451	44,535	41,168	46,044	+ 2.0	+ 5.8	Menus articles	22
92,925	83,388	91,822	97,373	93,193	- 9.6	- 10.8	Porcelaine et verrerie	23
59,094	54,461	54,344	49,781	54,776	- 1.6	- 14.6	Revêtements de plancher	24
72,848	72,866	75,403	76,311	73,250	- 3.7	- 7.5	Tentures, rideaux et housses	25
56,377	65,919	75,621	75,656	53,262	- 2.5	+ 13.7	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
164,184	162,420	179,951	151,221	179,768	- 0.3	- 17.5	Meubles	27
61,663	61,703	78,446	80,775	74,426	- 3.9	+ 9.2	Gros appareils ménagers	28
157,612	146,567	172,697	181,676	149,533	- 5.2	- 13.8	Télévision, radio et musique	29
192,066	173,568	180,228	200,634	146,834	+ 4.5	- 8.4	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
143,973	127,890	146,733	138,855	130,912	+ 10.4	+ 17.5	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
27,644	27,500	29,249	28,862	33,964	+ 13.7	+ 8.8	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
122,027	115,670	141,229	149,624	109,540	- 3.7	- 7.2	Bijouterie	33
108,873	126,251	151,085	181,040	104,574	+ 3.4	+ 74.8	Jouets et jeux	34
128,045	129,385	165,201	153,366	126,179	- 9.0	+ 5.7	Articles de sport et valises	35
147,075	151,325	153,559	189,350	132,241	- 7.7	- 4.9	Papeterie, livres et revues	36
50,572	46,063	49,132	51,924	62,989	- 1.9	+ 1.4	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
539	458	605	399	166	- 29.1	- 34.0	Repas et casse-croûtes	38
5,802	5,150	5,593	5,996	5,584	+ 5.1	+ 14.4	Services et travaux de réparation	39
63,803	63,363	93,081	91,309	57,384	- 20.1	+ 6.7	Tous autres rayons	40
3,432,564	3,323,718	3,867,841	3,944,469	3,138,618	- 6.4	+ 4.6	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985						1984
		January	February	March	April	May <sup>T</sup>	June <sup>P</sup>	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai <sup>T</sup>	Juin <sup>P</sup>	Juin
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	45,735	48,351	51,442	50,516	50,524	51,650	47,398
2	Women's and misses' coats and suits	63,109	72,588	75,059	84,334	88,362	81,236	45,424
3	Women's and misses' sportswear	156,229	168,626	165,149	159,828	157,763	162,364	165,104
4	Furs	24,319	23,183	17,231	33,193	31,147	33,552	25,361
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	87,294	81,222	81,633	82,541	86,898	85,292	85,082
6	Girls' and teenage girls' wear	52,472	57,295	55,281	51,922	56,211	54,060	45,915
7	Lingerie and women's sleepwear	52,685	50,921	50,257	50,983	51,767	51,962	54,671
8	Intimate apparel	43,418	43,447	43,864	44,208	44,729	47,157	41,230
9	Millinery	3,225	4,032	3,996	4,601	4,137	4,410	4,036
10	Women's and girls' hosiery	42,233	38,777	39,196	38,929	37,740	38,471	31,311
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	56,562	53,744	52,802	54,450	56,129	57,586	51,738
12	Women's, misses' and children's footwear	104,248	108,220	110,418	106,425	107,544	109,609	96,210
13	Men's clothing	170,022	179,364	175,343	188,419	195,949	193,990	160,430
14	Men's furnishings	171,230	168,225	173,855	181,066	183,273	177,911	160,471
15	Boys' clothing and furnishings	46,768	46,896	47,786	46,066	47,810	50,614	42,239
16	Men's and boys' footwear	68,620	67,613	75,089	72,976	78,804	74,548	74,128
17	Food and kindred products(1)	41,847	35,361	37,872	38,427	35,161	31,444	33,843
18	Toiletries, cosmetics and drugs	234,101	237,087	235,811	234,228	242,028	247,204	211,988
19	Photographic equipment and supplies	56,353	50,418	52,073	49,673	50,384	51,601	57,778
20	Piece goods	21,035	19,459	20,072	19,370	20,974	21,094	25,682
21	Linens and domestics	137,967	131,311	135,121	136,453	136,313	140,709	142,561
22	Smallwares and notions	42,947	41,671	42,114	41,171	43,958	44,801	42,826
23	China and glassware	78,341	78,179	69,539	86,195	81,478	81,113	91,383
24	Floor coverings	51,721	50,635	50,067	49,839	48,962	48,110	55,811
25	Draperies, curtains and furniture coverings	69,592	65,138	65,492	65,554	66,451	66,896	72,644
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	62,811	60,024	58,836	60,995	61,851	63,639	55,758
27	Furniture	157,052	161,100	149,263	142,738	144,663	149,042	184,509
28	Major appliances	67,686	69,887	72,776	72,872	74,810	75,042	68,942
29	Television, radio and music	144,051	143,799	143,539	146,385	144,675	140,171	160,992
30	Housewares and small electrical appliances	166,519	166,956	168,777	166,119	167,449	170,162	187,389
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	133,304	136,677	140,635	142,669	149,175	159,264	139,038
32	Plumbing, heating and building materials	25,569	24,710	30,157	23,107	26,704	31,458	29,649
33	Jewellery	113,695	107,558	110,032	109,837	111,710	114,404	123,894
34	Toys and games	134,627	140,955	144,131	142,071	172,263	180,240	107,435
35	Sporting goods and luggage	140,751	136,655	141,737	138,447	139,970	142,455	135,355
36	Stationery, books and magazines	151,387	151,372	150,936	140,275	140,019	136,436	139,597
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	56,066	55,617	57,004	52,579	53,157	54,743	54,951
38	Meals and lunches(1)	985	539	654	646	597	423	641
39	Repairs and services	5,549	5,890	6,162	6,205	6,249	6,345	5,592
40	All other departments	72,147	64,799	62,522	64,482	77,535	71,787	67,069
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,014,739	2,971,223	3,363,710	3,380,778	3,475,312	3,502,983	3,148,321

(1) Due to the absence of seasonality, the seasonally adjusted data are equal to the unadjusted data.

TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984						Change - Variation		Rayon	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December	June/ May 1985			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juin/ mai 1985			
thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
57,360	59,303	58,302	55,305	51,519	51,690	+ 2.2		Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
52,364	55,865	55,365	57,820	57,334	60,646	- 8.1		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
163,481	185,800	174,624	170,026	164,708	158,595	+ 2.9		Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
28,012	26,237	22,097	26,924	24,465	23,765	+ 7.7		Fourrures	4
77,030	91,267	85,017	78,067	83,123	84,064	- 1.8		Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
44,595	47,761	47,160	49,206	48,746	45,973	- 3.8		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
54,514	54,728	53,202	52,728	56,677	52,756	+ 0.4		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
39,875	41,838	42,224	42,421	43,037	43,629	+ 5.4		Sous-vêtements	8
3,990	5,044	4,212	3,174	3,272	3,300	+ 6.6		Chapeaux	9
31,065	34,683	34,364	33,845	35,030	38,213	+ 1.9		Bas pour dames et fillettes	10
53,336	54,592	55,964	55,499	59,415	62,089	+ 2.6		Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
101,254	112,744	107,702	103,100	105,768	101,735	+ 1.9		Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
162,198	194,243	177,808	177,252	175,846	171,862	- 1.0		Vêtements pour hommes	13
139,057	158,454	160,717	164,786	176,792	179,390	- 2.9		Articles d'habillement pour hommes	14
41,011	42,384	41,557	43,428	43,446	43,266	+ 5.9		Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
73,579	76,511	76,697	73,421	72,821	70,339	- 5.4		Chaussures pour hommes et garçons	16
32,309	27,184	34,765	45,449	51,232	23,221	- 10.6		Produits alimentaires et connexes(1)	17
216,819	217,873	227,709	220,511	227,475	218,036	+ 2.1		Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
55,837	55,948	54,870	53,988	52,736	50,988	+ 2.4		Appareils et fournitures photographiques	19
24,508	26,288	26,183	25,550	25,786	23,485	+ 0.6		Tissus à la pièce	20
144,183	144,914	149,824	142,174	143,742	138,795	+ 3.2		Literie et linge de maison	21
42,534	43,390	42,479	43,407	42,959	43,526	+ 1.9		Menus articles	22
94,004	91,602	89,988	86,530	86,667	80,556	- 0.4		Porcelaine et verrerie	23
58,026	58,053	61,841	54,694	53,537	50,665	- 1.7		Revêtements de plancher	24
73,219	74,956	78,068	72,640	75,034	70,318	+ 0.7		Tentures, rideaux et housses	25
58,215	54,681	67,184	63,752	66,364	60,650	+ 2.9		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
184,422	176,570	180,083	174,170	158,399	157,244	+ 3.0		Meubles	27
69,078	68,011	69,280	79,508	72,780	66,992	+ 0.3		Gros appareils ménagers	28
161,247	161,355	161,211	156,062	156,073	148,043	- 3.1		Télévision, radio et musique	29
187,505	192,938	181,122	172,777	171,629	162,725	+ 1.6		Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
133,051	140,158	139,001	138,168	137,637	133,263	+ 6.8		Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
29,057	29,418	29,381	29,148	27,405	26,876	+ 17.8		Matériel de plomberie, chauffage et con- struction	32
127,508	126,294	127,368	125,262	121,914	118,413	+ 2.4		Bijouterie	33
111,768	104,869	103,383	96,097	132,107	150,202	+ 4.6		Jouets et jeux	34
135,186	139,765	135,992	134,860	136,746	138,495	+ 1.8		Articles de sport et valises	35
140,492	141,121	150,796	135,802	156,139	155,668	- 2.6		Papeterie, livres et revues	36
49,789	51,420	48,212	45,518	50,299	54,114	+ 3.0		Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
895	539	458	605	399	166	- 29.1		Repas et casse-croûtes(1)	38
5,567	5,655	5,268	5,427	5,607	5,604	+ 1.5		Services et travaux de réparation	39
67,184	68,485	67,308	74,441	71,360	66,685	- 7.4		Tous autres rayons	40
3,304,166	3,426,188	3,318,584	3,872,326	3,955,109	3,132,328	+ 0.8		TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Puisqu'il y a absence de saisonnalité, les données désaisonnalisées sont par conséquent égales aux données non désaisonnalisées.

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985						1984
		January	February	March	April	May	June	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4.42	4.38	3.60	3.23	2.15	2.27	2.03
2	Women's and misses' coats and suits	3.68	5.41	3.23	3.60	4.92	5.48	3.40
3	Women's and misses' sportswear	3.87	3.97	3.09	3.07	2.32	2.47	2.31
4	Furs	4.63	5.55	8.75	22.23	74.94	53.93	46.05
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.90	3.72	3.34	3.68	3.58	3.55	3.37
6	Girls' and teenage girls' wear	4.24	5.25	3.15	3.06	3.20	3.41	2.58
7	Lingerie and women's sleepwear	3.73	3.51	3.08	3.47	2.64	2.68	2.52
8	Intimate apparel	5.12	5.23	3.86	3.92	3.54	3.75	3.18
9	Millinery	2.00	3.20	2.16	2.42	2.22	2.27	1.96
10	Women's and girls' hosiery	4.43	4.59	3.61	3.69	3.24	3.65	3.15
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.90	5.28	3.90	4.00	3.15	3.52	3.07
12	Women's, misses' and children's footwear	5.71	6.98	4.87	4.31	3.87	4.30	3.67
13	Men's clothing	5.32	6.79	4.78	5.23	4.94	3.84	3.29
14	Men's furnishings	5.44	5.51	4.25	4.81	4.06	2.72	2.42
15	Boys' clothing and furnishings	5.53	6.19	3.82	3.38	3.23	3.73	2.99
16	Men's and boys' footwear	5.57	6.26	4.76	4.61	4.89	3.81	3.72
17	Food and kindred products	0.81	0.57	0.67	0.61	0.55	0.57	0.62
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.78	4.75	4.47	4.73	4.33	4.45	4.30
19	Photographic equipment and supplies	6.38	6.23	5.38	5.36	4.82	3.86	4.09
20	Piece goods	6.39	5.39	5.20	5.65	5.13	6.34	6.89
21	Linens and domestics	4.09	7.07	5.45	5.92	5.07	4.92	5.04
22	Smallwares and notions	4.12	4.86	4.34	5.74	6.39	6.88	7.17
23	China and glassware	9.44	9.47	6.51	8.83	6.29	7.30	8.48
24	Floor coverings	5.73	5.22	4.25	4.10	3.91	3.96	5.25
25	Draperies, curtains and furniture coverings	7.08	6.21	4.91	4.76	4.17	4.23	4.46
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	10.12	11.11	8.94	8.49	9.91	9.77	8.16
27	Furniture	3.40	4.43	3.31	3.22	3.06	3.03	3.69
28	Major appliances	1.69	2.25	1.79	1.81	1.62	1.54	1.27
29	Television, radio and music	4.07	4.40	3.73	4.38	5.02	4.30	4.98
30	Housewares and small electrical appliances	6.46	5.83	6.05	6.16	5.17	5.43	5.44
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.58	7.28	6.31	4.33	3.35	4.31	4.20
32	Plumbing, heating and building materials	3.52	3.78	4.29	2.54	2.21	2.88	1.82
33	Jewellery	10.08	7.86	5.89	5.85	4.67	5.34	6.13
34	Toys and games	8.98	8.41	6.44	6.91	8.43	8.09	5.32
35	Sporting goods and luggage	6.02	6.86	6.60	6.04	4.85	4.42	4.01
36	Stationery, books and magazines	6.12	5.86	5.29	5.74	5.52	5.23	5.50
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	4.53	5.00	4.66	3.81	3.51	3.48	2.93
38	Meals and lunches	0.05	0.03	0.03	0.03	0.03	0.02	0.03
39	Repairs and services	0.50	0.61	0.53	0.58	0.50	0.54	0.51
40	All other departments	2.36	2.33	2.12	2.15	1.91	1.84	1.68
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.20	4.47	3.77	3.85	3.45	3.44	3.28

TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984						Rayon	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
3.85	3.28	3.49	3.99	3.57	2.00	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
8.36	4.42	3.98	3.32	2.50	2.19	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
3.40	3.72	2.65	3.48	3.00	1.72	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
22.18	14.76	7.30	6.50	3.24	3.24	Fourrures	4
4.76	3.42	3.31	3.42	2.99	2.19	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4.51	1.91	2.63	3.72	2.42	1.46	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
3.09	3.39	2.85	3.59	2.75	0.92	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.71	3.76	3.01	4.50	4.27	3.01	Sous-vêtements	8
2.59	3.81	2.30	1.57	1.42	1.30	Chapeaux	9
4.65	4.71	2.64	3.21	3.07	2.22	Bas pour dames et fillettes	10
4.72	4.48	3.19	3.99	2.88	1.34	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
5.45	4.57	3.29	3.74	3.11	2.86	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
5.90	7.00	4.35	5.23	3.45	2.02	Vêtements pour hommes	13
3.68	4.53	3.74	5.00	3.09	1.23	Articles d'habillement pour hommes	14
5.23	1.90	3.03	4.19	2.77	1.44	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
5.86	5.24	4.22	5.15	3.51	2.44	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.62	0.45	0.64	0.77	0.65	0.27	Produits alimentaires et connexes	17
4.72	4.36	4.23	5.02	4.17	1.61	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
4.49	4.08	4.28	5.88	3.77	1.48	Appareils et fournitures photographiques	19
7.60	7.31	5.77	6.46	5.76	6.88	Tissus à la pièce	20
4.66	4.53	4.06	4.96	4.56	3.18	Literie et linge de maison	21
6.85	6.31	3.78	4.65	3.87	3.61	Menus articles	22
8.97	9.93	7.11	7.81	4.82	2.50	Porcelaine et verrerie	23
5.19	5.49	4.39	3.84	3.09	4.58	Revêtements de plancher	24
4.73	5.23	4.68	4.79	4.32	4.30	Tentures, rideaux et housses	25
7.78	7.87	7.90	9.10	5.80	2.59	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3.57	4.08	3.63	3.81	3.16	4.16	Meubles	27
1.38	1.42	1.32	1.66	1.55	1.36	Gros appareils ménagers	28
4.42	4.24	2.75	3.78	3.14	1.68	Télévision, radio et musique	29
5.78	5.82	5.44	5.01	4.23	1.82	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
5.07	5.82	5.76	5.54	4.69	3.69	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
2.45	2.82	2.94	2.83	2.71	2.97	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
7.69	7.20	5.56	7.85	5.01	1.62	Bijouterie	33
5.74	6.10	6.15	4.77	2.92	1.14	Jouets et jeux	34
4.55	5.31	6.23	8.65	5.48	2.64	Articles de sport et valises	35
6.71	4.34	4.70	6.21	4.34	1.78	Papeterie, livres et revues	36
3.18	2.90	3.37	2.50	2.48	2.88	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
0.04	0.03	0.02	0.03	0.02	0.01	Repas et casse-croûtes	38
0.60	0.60	0.51	0.46	0.38	0.41	Services et travaux de réparation	39
2.12	2.29	2.21	2.92	2.49	1.00	Tous autres rayons	40
3.97	3.82	3.42	3.97	3.10	1.80	TOTAL, TOUS RAYONS	41



TABLE 27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985						1984
		January	February	March	April	May	June	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.21	0.24	0.31	0.32	0.44	0.39	0.43
2	Women's and misses' coats and suits	0.27	0.21	0.32	0.26	0.19	0.16	0.28
3	Women's and misses' sportswear	0.25	0.27	0.34	0.33	0.42	0.38	0.40
4	Furs	0.21	0.16	0.10	0.06	0.01	0.02	0.02
5	Infants' and children's wear and nursery	0.24	0.26	0.32	0.29	0.27	0.27	0.29
6	Girls' and teenage girls' wear	0.24	0.22	0.34	0.31	0.32	0.26	0.36
7	Lingerie and women's sleepwear	0.27	0.28	0.34	0.31	0.37	0.34	0.37
8	Intimate apparel	0.20	0.18	0.27	0.26	0.28	0.27	0.31
9	Millinery	0.37	0.33	0.40	0.48	0.41	0.41	0.47
10	Women's and girls' hosiery	0.23	0.21	0.29	0.28	0.29	0.26	0.30
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.19	0.19	0.27	0.26	0.30	0.27	0.30
12	Women's, misses' and children's footwear	0.17	0.15	0.23	0.23	0.25	0.22	0.26
13	Men's clothing	0.16	0.16	0.22	0.20	0.20	0.24	0.28
14	Men's furnishings	0.18	0.18	0.25	0.22	0.25	0.32	0.37
15	Boys' clothing and furnishings	0.20	0.17	0.27	0.29	0.30	0.27	0.32
16	Men's and boys' footwear	0.17	0.16	0.24	0.22	0.22	0.23	0.25
17	Food and kindred products	1.60	1.60	1.53	1.66	1.74	1.65	1.83
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.19	0.19	0.23	0.22	0.23	0.22	0.23
19	Photographic equipment and supplies	0.18	0.14	0.20	0.19	0.21	0.26	0.25
20	Piece goods	0.13	0.18	0.22	0.16	0.20	0.16	0.14
21	Linens and domestics	0.23	0.14	0.19	0.18	0.20	0.20	0.19
22	Smallwares and notions	0.22	0.20	0.24	0.19	0.16	0.15	0.14
23	China and glassware	0.09	0.11	0.14	0.13	0.16	0.13	0.11
24	Floor coverings	0.17	0.19	0.24	0.25	0.26	0.25	0.20
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.14	0.15	0.21	0.21	0.24	0.23	0.22
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.10	0.09	0.12	0.12	0.10	0.10	0.13
27	Furniture	0.26	0.23	0.31	0.32	0.32	0.33	0.27
28	Major appliances	0.56	0.46	0.57	0.56	0.61	0.64	0.80
29	Television, radio and music	0.23	0.22	0.28	0.24	0.19	0.23	0.20
30	Housewares and small electrical appliances	0.16	0.16	0.17	0.17	0.19	0.19	0.19
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.17	0.14	0.17	0.24	0.31	0.24	0.24
32	Plumbing, heating and building materials	0.24	0.25	0.28	0.34	0.46	0.37	0.54
33	Jewellery	0.10	0.12	0.18	0.18	0.21	0.18	0.16
34	Toys and games	0.12	0.12	0.16	0.16	0.12	0.13	0.19
35	Sporting goods and luggage	0.16	0.14	0.17	0.18	0.21	0.22	0.23
36	Stationery, books and magazines	0.17	0.16	0.19	0.18	0.18	0.18	0.18
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.20	0.19	0.22	0.26	0.28	0.28	0.34
38	Meals and lunches	33.66	23.12	36.66	31.98	34.28	40.95	36.40
39	Repairs and services	1.97	1.65	1.99	1.76	1.95	1.90	1.97
40	All other departments	0.43	0.40	0.52	0.50	0.57	0.48	0.57
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.23	0.22	0.27	0.26	0.28	0.27	0.29

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984							Rayon	Nº
July	August	September	October	November	December			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
0.30	0.30	0.29	0.27	0.28	0.44	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-		1
0.17	0.24	0.27	0.31	0.36	0.38	formes pour dames et jeunes filles		
0.30	0.30	0.36	0.30	0.33	0.48	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes		2
0.05	0.07	0.13	0.18	0.28	0.28	filles		
0.22	0.30	0.29	0.30	0.33	0.44	Vêtements sports pour dames et jeunes filles		3
						Fourrures		4
						Vêtements pour bébés et enfants et articles		5
						de chambres d'enfants		
0.25	0.51	0.38	0.28	0.40	0.53	Vêtements de fillettes et d'adolescentes		6
0.33	0.30	0.34	0.32	0.40	0.77	Lingerie et vêtements de nuit pour dames		7
0.27	0.27	0.31	0.25	0.25	0.32	Sous-vêtements		8
0.42	0.31	0.43	0.64	0.83	0.71	Chapeaux		9
0.22	0.24	0.35	0.33	0.34	0.43	Bas pour dames et fillettes		10
0.23	0.23	0.32	0.28	0.37	0.60	Gants, moufles et articles de parure pour		11
0.19	0.23	0.29	0.28	0.31	0.32	dames et fillettes		
0.18	0.17	0.21	0.21	0.29	0.43	Chaussures pour dames, jeunes filles et		12
0.26	0.24	0.27	0.23	0.33	0.64	enfants		
0.22	0.45	0.34	0.27	0.34	0.59	Vêtements pour hommes		13
						Articles d'habillement pour hommes		14
						Vêtements et articles d'habillement pour		15
						garçons		
0.17	0.20	0.23	0.21	0.28	0.37	Chaussures pour hommes et garçons		16
1.57	2.02	1.74	1.47	1.64	2.34	Produits alimentaires et connexes		17
0.22	0.22	0.24	0.22	0.25	0.52	Articles de toilette, cosmétiques et médi-		18
						caments		
0.22	0.24	0.22	0.19	0.25	0.58	Appareils et fournitures photographiques		19
0.13	0.15	0.16	0.17	0.17	0.14	Tissus à la pièce		20
0.21	0.22	0.24	0.21	0.23	0.31	Literie et linge de maison		21
0.15	0.16	0.25	0.23	0.25	0.29	Menus articles		22
0.12	0.10	0.13	0.13	0.21	0.39	Porcelaine et verrerie		23
0.20	0.18	0.22	0.26	0.31	0.23	Revêtements de plancher		24
0.21	0.19	0.21	0.21	0.23	0.23	Tentures, rideaux et housses		25
0.13	0.12	0.14	0.12	0.17	0.32	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles		26
						d'ameublement pour la maison		
0.28	0.23	0.27	0.28	0.29	0.26	Meubles		27
0.73	0.68	0.76	0.67	0.65	0.71	Gros appareils ménagers		28
0.22	0.24	0.35	0.29	0.33	0.54	Télévision, radio et musique		29
0.17	0.17	0.17	0.20	0.25	0.46	Articles de ménage et petits appareils élec-		30
						triques		
0.19	0.18	0.16	0.19	0.21	0.26	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,		31
						etc.		
0.42	0.36	0.34	0.36	0.37	0.36	Matériel de plomberie, chauffage et cons-		32
						truction		
0.13	0.14	0.17	0.14	0.21	0.52	Bijouterie		33
0.18	0.17	0.17	0.23	0.37	0.64	Jouets et jeux		34
0.22	0.18	0.16	0.13	0.18	0.34	Articles de sport et valises		35
0.16	0.22	0.22	0.16	0.25	0.46	Papeterie, livres et revues		36
0.30	0.36	0.28	0.41	0.41	0.38	Essence, huile, accessoires d'automobile,		37
						réparation et fournitures		
26.13	30.04	41.68	41.30	52.12	115.53	Repas et casse-croûtes		38
1.68	1.71	1.83	2.25	2.74	2.36	Services et travaux de réparation		39
0.47	0.44	0.45	0.41	0.40	0.77	Tous autres rayons		40
0.25	0.26	0.28	0.27	0.32	0.48	TOTAL, TOUS RAYONS		41

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1983-1985

TABLEAU 28. Comptes à recevoir(1), non désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985

Month	1983	1984	1985	Change from previous month	Change 1985/1984
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1985/1984
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,666,708	1,808,015	1,989,953	- 7.6	+ 10.1
February - Février	1,598,345	1,714,843	1,898,511	- 4.6	+ 10.7
March - Mars	1,565,461	1,695,173	1,884,093	- 0.8	+ 11.1
April - Avril	1,582,875	1,709,386	1,897,041	+ 0.7	+ 11.0
May - Mai	1,591,140	1,708,247	1,897,723	--	+ 11.1
June - Juin	1,585,200	1,719,376	1,887,639	- 0.5	+ 9.8
July - Juillet	1,553,254	1,695,008			
August - Août	1,542,394	1,689,630			
September - Septembre	1,591,826	1,746,901			
October - Octobre	1,631,976	1,799,732			
November - Novembre	1,702,704	1,892,038			
December - Décembre	1,887,032	2,152,727			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

TABLEAU 29. Comptes à recevoir(1), désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985

Month	1983	1984	1985	Change from previous month	Change 1985/1984
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1985/1984
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,582.0	1,716.0	1,888.0	- 0.6	+ 10.0
February - Février	1,601.0	1,658.0	1,902.0	+ 0.7	+ 14.7
March - Mars	1,591.0	1,721.0	1,911.0	+ 0.5	+ 11.0
April - Avril	1,607.0	1,733.0	1,921.0	+ 0.5	+ 10.8
May - Mai	1,623.0	1,741.0	1,932.0 <sup>F</sup>	+ 0.6	+ 11.0
June - Juin	1,631.0	1,766.0	1,938.0 <sup>P</sup>	+ 0.3 <sup>P</sup>	+ 9.7 <sup>P</sup>
July - Juillet	1,632.0	1,779.0			
August - Août	1,631.0	1,789.0			
September - Septembre	1,638.0	1,801.0			
October - Octobre	1,653.0	1,825.0			
November - Novembre	1,661.0	1,848.0			
December - Décembre	1,665.0	1,900.0			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 30. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1983-1985

TABLEAU 30. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1983-1985

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		\$'000	%	\$'000	%
<b>1983:</b>					
January - Janvier	206.6	623,021	+ 3.8	301,559	- 0.2
February - Février	213.2	603,808	+ 4.5	283,212	+ 0.3
March - Mars	211.9	787,544	+ 13.5	371,658	+ 9.3
April - Avril	215.4	775,226	- 1.7	359,901	- 5.8
May - Mai	215.8	842,133	+ 3.5	390,238	--
June - Juin	214.9	920,150	+ 16.3	428,176	+ 12.3
July - Juillet	212.9	813,746	+ 6.5	382,220	+ 2.9
August - Août	213.8	850,885	+ 9.7	397,982	+ 6.3
September - Septembre	211.1	922,067	+ 7.1	436,792	+ 4.1
October - Octobre	214.3	922,014	+ 7.3	430,245	+ 4.2
November - Novembre	215.1	1,138,763	+ 6.1	529,411	+ 3.0
December - Décembre	213.6	1,731,121	+ 7.6	810,450	+ 5.0
Year - Année	213.4	10,930,478	+ 7.1	5,121,844	+ 3.6
<b>1984:</b>					
January - Janvier	214.3	649,626	+ 4.3	303,139	+ 0.5
February - Février	218.7	659,594	+ 9.2	301,598	+ 6.5
March - Mars	217.1	806,999	+ 2.5	371,718	--
April - Avril	220.4	843,022	+ 8.7	382,496	+ 6.3
May - Mai	222.0	930,389	+ 10.5	419,094	+ 7.4
June - Juin	220.1	941,728	+ 2.3	427,864	- 0.1
July - Juillet	218.4	806,592	- 0.9	369,319	- 3.4
August - Août	218.9	872,423	+ 2.5	398,549	+ 0.1
September - Septembre	215.2	947,365	+ 2.7	440,225	+ 0.8
October - Octobre	220.0	957,060	+ 3.8	435,027	+ 1.1
November - Novembre	220.5	1,254,292	+ 10.1	568,840	+ 7.4
December - Décembre	218.0	1,715,800	- 0.9	787,064	- 2.9
Year - Année	218.7	11,384,890	+ 4.2	5,204,933	+ 1.6
<b>1985:</b>					
January - Janvier	219.9	692,108	+ 6.5	314,738	+ 3.8
February - Février	220.5	647,065	- 1.9	293,454	- 2.7
March - Mars	222.6	849,077	+ 5.2	381,436	+ 2.6
April - Avril	224.6	901,404	+ 6.9	401,337	+ 4.9
May - Mai	227.7	990,625	+ 6.5	435,057	+ 3.8
June - Juin	225.8	928,157	- 1.4	411,053	- 3.9
July - Juillet					
August - Août					
September - Septembre					
October - Octobre					
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					

TABLE 31. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1985

Department		Sales - Combined Seasonal and Trading Day Factors			
		Ventes - Coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux			
		MCD in June	May <sup>F</sup>	June <sup>P</sup>	July(1)
No.		MDC en Juin	May <sup>F</sup>	Jun <sup>P</sup>	Juillet(1)
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	131.64	114.82	92.55
2	Women's and misses' coats and suits	8	60.11	43.19	43.83
3	Women's and misses' sportswear	4	113.10	100.73	85.67
4	Furs	12	17.20	16.66	41.22
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	94.57	90.17	85.39
6	Girls' and teenage girls' wear	5	98.42	88.72	73.86
7	Lingerie and women's sleepwear	4	98.24	88.16	82.16
8	Intimate apparel	4	108.00	105.92	95.24
9	Millinery	8	67.27	59.37	60.83
10	Women's and girls' hosiery	4	104.10	84.65	67.89
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	95.05	77.84	63.46
12	Women's, misses' and children's footwear	5	107.43	95.23	74.15
13	Men's clothing	4	90.78	102.81	68.32
14	Men's furnishings	5	87.60	111.05	76.95
15	Boys' clothing and furnishings	6	93.96	85.38	75.01
16	Men's and boys' footwear	6	108.45	108.83	79.86
17	Food and kindred products	4	104.04	86.58	86.16
18	Toiletries, cosmetics and drugs	2	91.55	85.88	84.73
19	Photographic equipment and supplies	4	86.05	101.98	98.28
20	Piece goods	6	104.11	87.72	80.12
21	Linens and domestics	3	94.70	95.53	106.59
22	Smallwares and notions	4	81.13	75.49	83.86
23	China and glassware	5	100.26	76.31	81.06
24	Floor coverings	6	99.89	97.16	105.63
25	Draperies, curtains and furniture coverings	4	111.55	107.01	107.21
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	82.33	76.07	87.62
27	Furniture	5	110.53	106.76	122.16
28	Major appliances	5	100.18	105.06	116.19
29	Television, radio and music	5	76.62	73.46	85.09
30	Housewares and small electrical appliances	3	93.17	91.88	90.67
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	140.82	123.43	98.91
32	Plumbing, heating and building materials	5	125.69	121.52	113.49
33	Jewellery	3	95.95	83.78	75.47
34	Toys and games	4	60.49	61.47	65.73
35	Sporting goods and luggage	3	122.58	125.30	114.20
36	Stationery, books and magazines	4	83.04	79.93	76.88
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	105.67	102.19	94.63
38	Meals and lunches	3	96.00	93.55	94.32
39	Repairs and services	6	99.53	96.15	87.93
40	All other departments	5	132.06	110.53	92.29
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	99.61	94.26	83.62

(1) Seasonal and trading day factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the appendix IV (on page 47).

(2) Seasonal factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the appendix IV (on page 47).



TABLEAU 31. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1985

## Stocks - Seasonal Factors

## Stocks - Coefficients de corrections des variations saisonnières

				Rayon	N°
MCD in June	May <sup>F</sup>	June <sup>P</sup>	July(2)		
MDC en Juin	Mai <sup>F</sup>	Juin <sup>P</sup>	Juillet(2)		
4	107.09	85.14	98.19	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
4	60.87	53.38	111.85	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
3	105.44	89.14	95.11	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
5	92.88	90.49	92.29	Fourrures	4
5	97.74	93.84	116.82	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4	103.79	87.06	120.17	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
4	102.72	87.36	90.47	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3	99.68	94.62	94.27	Sous-vêtements	8
5	72.27	59.09	73.21	Chapeaux	9
4	99.31	90.12	96.89	Bas pour dames et fillettes	10
3	94.62	80.59	88.22	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
3	105.94	92.61	97.68	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
4	97.29	85.75	92.37	Vêtements pour hommes	13
3	106.32	86.67	95.34	Articles d'habillement pour hommes	14
4	89.56	87.22	125.08	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
4	114.62	93.31	98.99	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	...	...	...	Produits alimentaires et connexes	17
4	97.01	93.17	97.39	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
4	101.33	97.88	101.15	Appareils et fournitures photographiques	19
4	98.61	96.27	100.08	Tissus à la pièce	20
3	109.18	101.16	98.90	Literie et linge de maison	21
4	108.75	108.79	109.67	Menus articles	22
3	104.04	94.50	99.66	Porcelaine et verrerie	23
3	104.87	105.03	104.49	Revêtements de plancher	24
3	102.34	97.92	99.12	Tentures, rideaux et housses	25
4	102.72	97.33	100.28	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3	105.30	101.95	99.81	Meubles	27
4	98.11	94.02	95.04	Gros appareils ménagers	28
3	100.91	98.69	96.82	Télévision, radio et musique	29
3	99.68	102.46	100.43	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
3	106.40	110.07	103.55	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
5	94.97	91.68	94.58	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
3	101.55	95.45	97.97	Bijouterie	33
4	89.18	88.15	91.13	Jouets et jeux	34
4	114.07	101.95	98.41	Articles de sport et valises	35
3	103.49	97.99	110.49	Papeterie, livres et revues	36
5	101.41	96.56	94.71	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...	...	...	...	Repas et casse-croûtes	38
6	97.32	100.70	100.79	Services et travaux de réparation	39
6	111.08	95.87	94.56	Tous autres rayons	40
...	...	...	...	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Prévision des coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV (à la page 47).

(2) Prévision des coefficients de corrections des variations saisonnières. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV (à la page 47).



## APPENDIX

## APPENDICES



## APPENDIX I

### DEFINITIONS

#### Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

#### Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics and sells the following general lines of merchandise:

**Family clothing and apparel.** This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least **six** of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

#### Furniture, appliance and home furnishings.

This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least **four** of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

## APPENDICE I

### DÉFINITIONS

#### Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et des services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

#### Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes et vend les catégories de marchandises suivantes:

**Vêtements pour la famille.** Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **six** des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent se faire dans le groupe de vêtements pour la famille.

#### Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine et verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; gros appareils, télévision, radio et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **quatre** des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.



**All other (miscellaneous).** This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, **such as:** toilettries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

### Total Net Sales and Receipts

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

### Stocks

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

### Accounts Receivable

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

### Junior Department Store

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

**Tous autres articles (divers).** Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, **telles que:** articles de toilette, cosmétiques et médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

### Ventes et recettes nettes totales

Les ventes et recettes nettes totales sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

### Stocks

Les stocks englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

### Comptes à recevoir

Par comptes à recevoir on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

### Grand magasin populaire

Les grands magasins populaires sont définis comme étant des points de vente au détail qui offrent la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

## APPENDIX II

### **METHODOLOGY**

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The **monthly stock values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The **monthly accounts receivable values**, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

## APPENDICE II

### **MÉTHODOLOGIE**

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le **chiffre des stocks mensuels par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le **chiffre des comptes à recevoir mensuel** pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtes retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.



## APPENDIX III

### DATA RELIABILITY

#### Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

**Coverage error.** This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

**Data response error.** This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

**Non-response error.** Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

**Processing error.** These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

## APPENDICE III

### FIABILITÉ DES DONNÉES

#### Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

**Le champ couvert par l'enquête.** L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

**La réponse.** Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un interviewer à l'autre dans le mode de communication retenu, lorsqu'il s'agit d'expliquer des questions et d'interpréter des réponses.

**La non-réponse.** Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables et encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

**Le traitement.** L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.



Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

### Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the response rate is based on (1) the survey unit - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) the organizational unit - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example,

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. En ce qui concerne les estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreurs. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

### Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'enquête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins.



a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte des deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1985  
June

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1985  
Juin

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	85.6	89.5	90.8
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	52.6	87.6
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	42.1	60.8
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	100.0	100.0



## APPENDIX IV

### SEASONAL ADJUSTMENT

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time." (1) In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal (variations) and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method (2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times. (3) These procedures, used to deter-

## APPENDICE IV

### DÉSAISONNALISATION

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps" (1). L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI (2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et retrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises (3). Ces étapes déterminant les

(1) "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," **Canada Statistical Review**, August 1974.

(2) For further information see the **X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

(3) See next page.

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la **Revue statistique du Canada**, Août 1974.

(2) Pour plus ample information voir **La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, no. 12-564F au catalogue, hors série.

(3) Voir page suivante.

mine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are, since May 1983, executed every month instead of once a year. This permits us to update each month the reference series from which we derive the final estimations of the seasonal factors with the previous month's revised data.

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.(3) The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Commencing with March 1984, the Canada seasonally adjusted total is now derived "indirectly" by the summation of the 40 individually seasonally adjusted departments. Previously, this total was derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly".(4) Also in March 1984, the

facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales, sont depuis mai 1983, exécutées à chaque mois au lieu d'une seule fois par an. Il nous est donc possible de mettre à jour mensuellement les séries de référence desquelles on dérive les estimations finales des facteurs saisonniers, en employant les données les plus récentes disponibles.

Rien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois à dominance cyclique, ou MDC.(3) Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, il s'agit de la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Depuis mars 1984, le total désaisonné au niveau du Canada est dérivé de "façon indirecte" en faisant la somme des 40 rayons désaisonnés séparément au préalable. Auparavant, ce total était obtenu en désaisonnant de "façon directe" les données brutes du total, au niveau du Canada(4). De plus, la désaisonnalisation inter-

(3) See Table 31.

(4) Refer to: Lothian, J. and Morry, M. (1977): The Problem of Aggregation; Direct or Indirect, Ottawa: Seasonal Adjustment and Time Series Analysis Division, Statistics Canada.

(3) Voir tableau 31.

(4) Consulter: Lothian, J. et Morry, M. (1977): Aggrégation directe ou indirecte, Ottawa, Division des séries chronologiques, de la recherche et de l'analyse, Statistique Canada.



end-point seasonal adjustment method was adopted. For the period May 1983 to February 1984, a modified version of the "end-point seasonal adjustment" method, employing a projected factor for the current month only, was utilized. Prior to May 1983, seasonally adjusted data were derived on a monthly basis by employing projected seasonal factors (forecasted one year in advance) calculated once a year.

## REVISION PROCEDURES

Due to the fact that statistical surveys are subject to different type of errors (as described previously in this section) and that to obtain a 100% response rate each month under a data collection program by mail would prove to be very difficult (almost impossible sometimes) and costly, results must be revised on an ongoing basis as new information is received, enabling us to update our statistical series accordingly.

Revisions of two different types are made in regard to the Department Store Sales and Stocks Survey: **the first relates to the way data are gathered while the second results from the seasonal adjustment procedures.** In the first type of revision, corrections apply only to the previous year data. They are conducted after the end of the year and, consequently, the revised figures are published in the March issue of the following year of the present bulletin. The second type of revisions are both monthly and annual. In the case of the monthly revisions, the corrected figures for the current month (June for example), are published in the following month issue of the present catalogue (July), while the annual revisions are published once a year in the March issue.

Generally, revised data are indicated with an "r" beside the name of the month to which they apply, in order to inform the user of these changes.

polative a été adoptée en mars 1984. Pour la période s'échelonnant de mai 1983 à février 1984, on a utilisé une version modifiée de la désaisonnalisation interpolative, employant une prévision du facteur de désaisonnalisation pour le mois courant seulement. Avant mai 1983, les données désaisonnalisées étaient dérivées sur une base mensuelle, à l'aide de prévisions (une année à l'avance) des facteurs saisonniers calculés une fois par année.

## PROCÉDURES DE RÉVISION

Puisque les enquêtes statistiques sont sujettes à différents types d'erreurs (telles qu'explicitées précédemment dans cette section) et qu'il serait très coûteux et difficile (pratiquement impossible parfois) d'atteindre, à partir d'un programme de collecte de données par la poste, un taux de réponse de 100%, il faut donc réviser les résultats sur une base régulière afin de mettre à jour les séries statistiques en découlant, à mesure que de nouvelles informations nous sont transmises.

On compte donc des révisions de deux types en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins: **les premières sont liées à la façon dont les données sont produites tandis que les secondes résultent de la procédure de désaisonnalisation.** Les révisions du premier type ne se rapportent qu'aux seules données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les révisions du deuxième type sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas de celles mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (soit juin par exemple) sont ajoutées à la publication du mois suivant (juillet) tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une fois l'an, dans le bulletin de mars.

En général, on avise l'utilisateur de ces changements, en inscrivant un "r" à coté du nom du mois auquel on applique des révisions.



## NUMBER OF SHOPPING DAYS

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

## NOMBRE DE JOURS COMMERCIAUX

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif II donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

TEXT TABLE II. Number of Shopping Days, by Month, 1984 and 1985

TABLEAU EXPLICATIF II. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1984 et 1985

	1985		1984	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	26	4	26	4
February - Février	24	4	25	4
March - Mars	26	5	27	5
April - Avril	25	4	24	4
May - Mai	26	4	26	4
June - Juin	25	5	26	5
July - Juillet	26	4	26	4
August - Août	26	5	26	4
September - Septembre	24	4	24	5
October - Octobre	26	4	26	4
November - Novembre	26	5	26	4
December - Décembre	25	4	25	5

## APPENDIX V

### CONSTANT DOLLAR ESTIMATES

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Table 30), estimates of sales by department group are deflated using department group implicit price indices supplied by the Industry Product Division of Statistics Canada. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

### DATA CONFIDENTIALITY

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business.<sup>(5)</sup> The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld on this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information from selected regions (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential, form. For example, in many cases the data for the Northwest Territories and the Yukon are included with the British Columbia data.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

<sup>(5)</sup> See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

## APPENDICE V

### ESTIMATIONS EN DOLLARS CONSTANTS

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau 30), les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées au moyen des indices implicites de prix appropriés fournis par la Division du produit industriel de Statistique Canada. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

### CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de cette dernière<sup>(5)</sup>. Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un X aux différents postes visés dans la publication.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) pour certaines régions (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple dans bien des cas, les données relatives aux Territoires du Nord-Ouest et du Yukon sont incluses avec celles de la Colombie-Britannique.

Ainsi, par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement en fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

<sup>(5)</sup> Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.

## EXPLANATORY NOTES

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios(6) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios(7) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

(6) See Table 26.

(7) See Table 27.

## NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermés; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes(6) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks(7) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

(6) Voir tableau 26.

(7) Voir tableau 27.

## APPENDIX VI - APPENDICE VI

### LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

#### MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland  
Baine Johnstone & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 4100, St. John's, Newfoundland  
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario (Closed July 1984 - Fermée Juillet 1984)  
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario  
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario(1)  
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island  
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon(2)  
Hougens Watson Lake 84, Box 97, Watson Lake, Yukon(2)  
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec  
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario(2)  
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan  
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario  
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec  
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario (Closed February 1983 - Fermée février 1983)  
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario  
Simpsons Ltd., 176 Yonge St., Toronto, Ontario  
Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario  
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario  
Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

#### JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario  
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario (Closed January 1984 - Fermée janvier 1984)  
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec  
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario  
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario(2)  
Zeller's Ltd., 5250 Décarie Blvd., Montréal, Québec

- (1) Goudies Ltd. has been reclassified to the "Family Clothing" trade group as of January 1, 1985.  
(1) Goudies Ltd. est reclassifié au groupe des magasins de "vêtements pour famille" depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1985.  
(2) All department stores in the Yukon and Northwest Territories have been reclassified to the "General Merchandise" trade group as of January 1, 1985.  
(2) Tous les grands magasins du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest sont reclassifiés à d'autres genres de commerce du groupe des magasins de "Marchandises diverses" depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1985.



## SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Industry Division in the Retail Trade sector.

### Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil. 36 pp. First Issue, 1938. (ISSN 0380-7045).

Total sales and number of outlets, by province and selected metropolitan area, and sales and inventories by department, Canada.

- 63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil. 1 pp. First Issue, 1950. (ISSN 0709-8650).

Total sales and percentage changes of sales by region.

- 63-005 Retail Trade. M. Bil. Approx. 65 pp. First Issue, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total retail sales by province and kind of business, for chain and independent stores; seasonally adjusted sales, Canada.

- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil. Approx. 15 pp. First Issue, 1932. (ISSN 0705-5595).

Number and value of new passenger cars, trucks and buses sold by province and by origin (Canada and U.S. or imported). Monthly unit sales, by type and origin, seasonally adjusted.

- 63-014 Merchandising Inventories. M. Bil. 24 pp. First Issue, 1972. (ISSN 0380-7177).

Inventories and stocks/sales ratios, by type of trade for wholesale, by department for department stores, by kind of business for chain stores and independent stores: quarterly percentage changes for independent stores by kind of business.

- 63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil. Approx. 74 pp. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total retail sales by chain and department stores by province, selected localities and kind of business including data on floor area, inventory and accounts receivable.

## CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division de l'industrie.

### Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938. (ISSN 0380-7045).

Ventes totales et nombre de points de vente par provinces et certaines régions métropolitaines, ventes et stocks par rayon, Canada.

- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil. 1 page. Premier numéro, 1950. (ISSN 0709-8650).

Variations en pourcentage et ventes par région.

- 63-005 Commerce de détail. M. Bil. Environ 65 pages. Premier numéro, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total des ventes au détail par province et genre de commerce, pour les magasins à succursales et les magasins indépendants; chiffres désaisonnalisés, Canada.

- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil. Environ 15 pages. Premier numéro, 1932. (ISSN 0705-5595).

Nombre et valeur des voitures particulières, des camions et des autobus neufs vendus par province et par lieu d'origine (Canada et É.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

- 63-014 Stocks commerciaux. M. Bil. 24 pages. Premier numéro, 1972. (ISSN 0380-7177).

Stocks et rapports stocks/ventes, par genre de commerce pour le commerce de gros, par rayon pour les grands magasins et par genre de commerce pour les magasins à succursales et magasins indépendants: variations trimestrielles en pourcentage pour les magasins indépendants suivant le genre de commerce.

- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil. Environ 74 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins selon la province, certaines agglomérations et le genre de commerce, incluant des données sur la superficie totale, les stocks, et les comptes à recevoir.



## Catalogue

- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil. 21 pp. First Issue, 1958. (ISSN 0527-6411).

Sales of merchandise through automatic vending machines, by type of machine and by location, Canada and provinces.

- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil. 14 pp. First Issue, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Sales of various commodities by method of distribution: by personal selling, by mail, from premises, etc.

- 63-219 Campus Book Stores. A. Bil. Approx. 8 pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Retail sales by type of commodity, employees and payroll, by region or province for academic years.

- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil. 700 pp. First Issue, 1975. (ISSN 0590-9325).

The data covers such topics as general economic indicators, population characteristics, personal income and expenditure and household facilities.

- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil. 695 pp. (ISBN 0-660-506-13-0).

The publication provides revised retail trade estimates for the years 1972 to 1979, both unadjusted and seasonally adjusted and also sections on definitions, concepts, classifications, methodology and data reliability.

- Operating Results - Retail Trade. O. Bil. 29 pp. First Issue, 1974.

The following publications in the Operating Results series contain ratios (percentages of net sales) for: purchases, inventories, cost of goods sold, gross profit, operating expense items and net profit.

## Catalogue

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1981

- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977

## Catalogue

- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil. 21 pages. Premier numéro, 1958. (ISSN 0527-6411).

Ventes de marchandise par distributeurs automatiques selon le genre de machine et l'emplacement, Canada et provinces.

- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil. 14 pages. Premier numéro, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Ventes de divers produits, par mode de distribution: par démarchage, par la poste, chez le fabricant, etc.

- 63-219 Librairies de campus. A. Bil. Environ 8 pages. Premier numéro, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Ventes au détail par type de produits, ainsi que le nombre d'employés et la paye, par région ou province pour les années scolaires.

- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A. Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975. (ISSN 0590-9325).

Les données portent sur des sujets tels que les indicateurs économiques généraux, les caractéristiques de la population, le revenu et les dépenses des particuliers et l'équipement ménager.

- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S. Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0).

Cette publication contient des données brutes et désaisonnalisées, révisées de 1972 à 1979, des sections sur les définitions, les concepts, la classification, la méthodologie et la fiabilité des données.

- Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H.S. Bil. 29 pages. Premier numéro, 1974.

Les publications suivantes de la série des Résultats de l'exploitation contiennent des ratios (pourcentages des ventes nettes) pour les achats, les stocks, le coût des biens vendus, les bénéfices bruts, les dépenses d'exploitation et les bénéfices nets.

## Catalogue

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1981

- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977

## Catalogue

- 63-607 Retail Drug Stores, 1981
- 63-608 Retail Florists, 1981
- 63-609 Retail Jewellery Stores, 1981
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
- 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly    A. - Annual    Bil. - Bilingual  
O. - Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada \$5.00, Other Countries \$6.00.

## Catalogue

- 63-607 Pharmacies au détail, 1981
- 63-608 Fleuristes détaillants, 1981
- 63-609 Bijouteries au détail, 1981
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
- 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. - Mensuel    A. - Annuel    Bil. - Bilingue  
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Nº 11-204F, prix Canada \$5.00, Autres pays \$6.00.





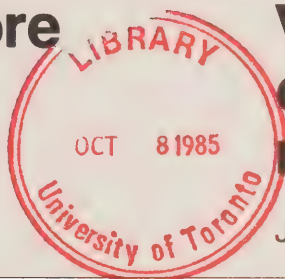






# Department store sales and stocks

July 1985



# Ventes et stocks des grands magasins

Juillet 1985



## Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

## How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,  
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 990-9824) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)
Credit card only (973-8018)	

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 2-2015

## How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)990-8114  
1(613)990-8115

## Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,  
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 990-9824) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)
Carte de crédit seulement (973-8018)	

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 2-2015

## Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)990-8114  
1(613)990-8115

## **Statistics Canada**

Industry Division  
Retail Trade Section

# **Department store sales and stocks**

July 1985

## **Statistique Canada**

Division de l'industrie  
Section du commerce de détail

# **Ventes et stocks des grands magasins**

Juillet 1985

Published under the authority of  
the Minister of Supply and  
Services Canada

© Minister of Supply  
and Services Canada 1985

September 1985  
5-3406-503

Price: Canada, \$13.00, \$130.00 a year  
Other Countries, \$14.00, \$140.00 a year

Payment to be made in Canadian funds or equivalent

Catalogue 63-002, Vol. 50, No. 7

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par  
le ministre des Approvisionnements et  
Services Canada

© Ministre des Approvisionnements  
et Services Canada 1985

Septembre 1985  
5-3406-503

Prix: Canada, \$13.00, \$130.00 par année  
Autres pays, \$14.00, \$140.00 par année

Paiement en dollars canadiens ou l'équivalent

Catalogue 63-002, vol. 50, n° 7

ISSN 0380-7045

Ottawa

## SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- † revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

## NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

## A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM Division staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-990-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- D. Desjardins, Director, Industry Division
- A.R. Tanner, Chief, Industry Division, Retail Trade Section

## SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- † nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

## NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

## NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n<sup>o</sup> 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de la Division CANSIM, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-990-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- D. Desjardins, directeur, Division de l'industrie
- A.R. Tanner, chef, Division de l'industrie, Section du commerce de détail



## TABLE OF CONTENTS

	Page
<b>Introduction</b>	vii
<b>Charts</b>	
1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	viii
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	viii
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1983-1985	ix
4. Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1983-1985	x
5. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Canada, 1983-1985	x
6. Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xi
<b>Highlights</b>	xiii
<b>Table</b>	
1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985	2
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	8

## TABLE DES MATIÈRES

	Page
<b>Introduction</b>	vii
<b>Graphiques</b>	
1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1983-1985	viii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1983-1985	viii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1983-1985	ix
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1983-1985	x
5. Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	x
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations	xi
<b>Points saillants</b>	xiii
<b>Tableau</b>	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	2
2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1984 et 1985	4
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1984 et 1985	6
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	6
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	8
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	8

## TABLE OF CONTENTS - Continued

	Page
<b>Table</b>	
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	19
17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	19
18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	20
19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	20
20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	21
21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	21

## TABLE DES MATIÈRES - suite

	Page
<b>Tableau</b>	
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	10
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	10
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1984 et 1985	12
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	12
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	14
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	14
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	16
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	16
15. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	18
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1984 et 1985	19
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	19
18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	20
19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	20
20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	21
21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	21

## TABLE OF CONTENTS - Concluded

Table	Page
22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1983-1985	22
23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1983-1985	23
24. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1984 and 1985	24
25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985	26
26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985	28
27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, 1984 and 1985	30
28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1983-1985	32
29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	32
30. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1983-1985	33
31. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1985	34
<b>Appendix</b>	
I. Definitions	39
II. Methodology	41
III. Data Reliability	43
IV. Seasonal Adjustment	47
Revision Procedures	49
Number of Shopping Days	50
V. Constant Dollar Estimates	51
Data Confidentiality	51
Explanatory Notes	52
VI. List of Department Store Organizations	53
Selected Publications	

## TABLE DES MATIÈRES - fin

Tableau	Page
22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1983-1985	22
23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1983-1985	23
24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	24
25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1984 et 1985	26
26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	28
27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	30
28. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	32
29. Comptes à recevoir, désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	32
30. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1983-1985	33
31. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1985	34
<b>Appendice</b>	
I. Définitions	39
II. Méthodologie	41
III. Fiabilité des données	43
IV. Désaisonnalisation	47
Procédures de révision	49
Nombre de jours commerciaux	50
V. Estimations en dollar constants	51
Confidentialité des données	51
Notes explicatives	52
VI. Liste des organisations de grands magasins	53
Choix de publications	



## INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division (formerly Merchandising and Services Division), to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie, (anciennement Division du commerce et des services). (Le recensement mesure également les activités des "établissements", toutefois cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement unique et non comme un regroupement de petits magasins.



Chart — 1

Graphique — 1

# Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1983-1985

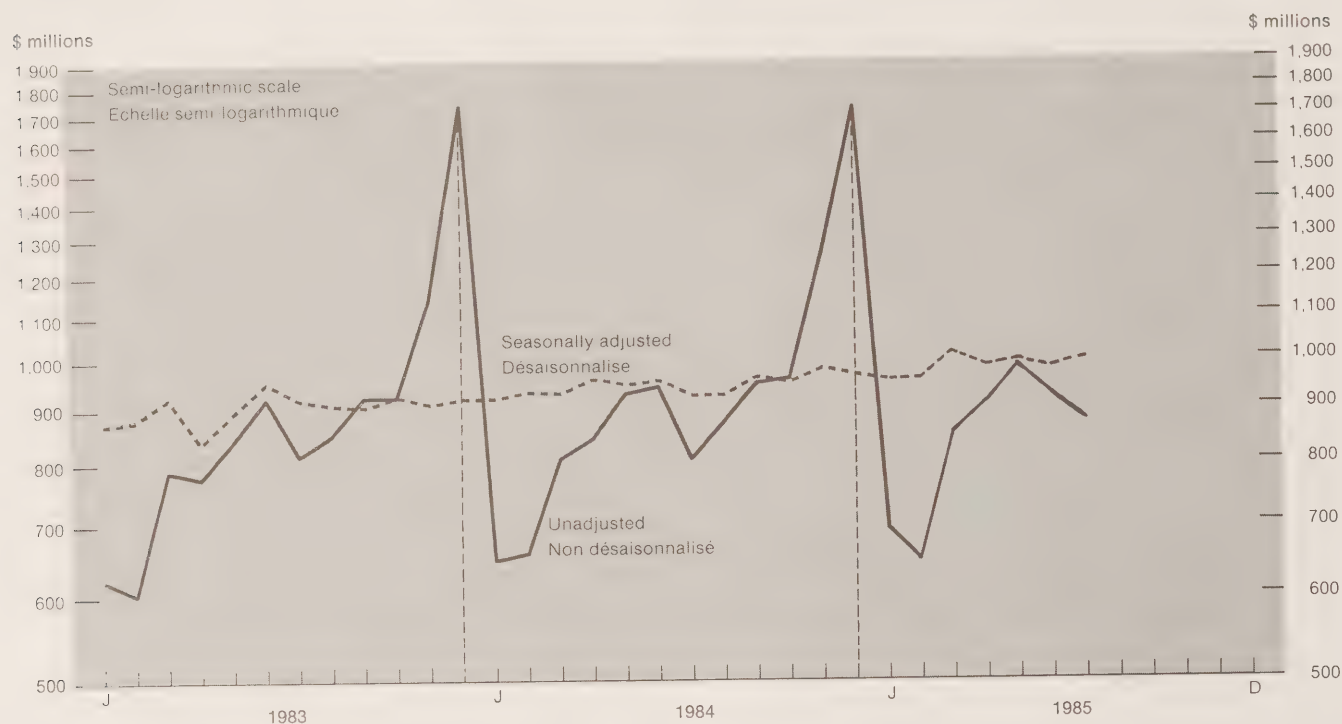


Chart — 2

Graphique — 2

# Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1983-1985

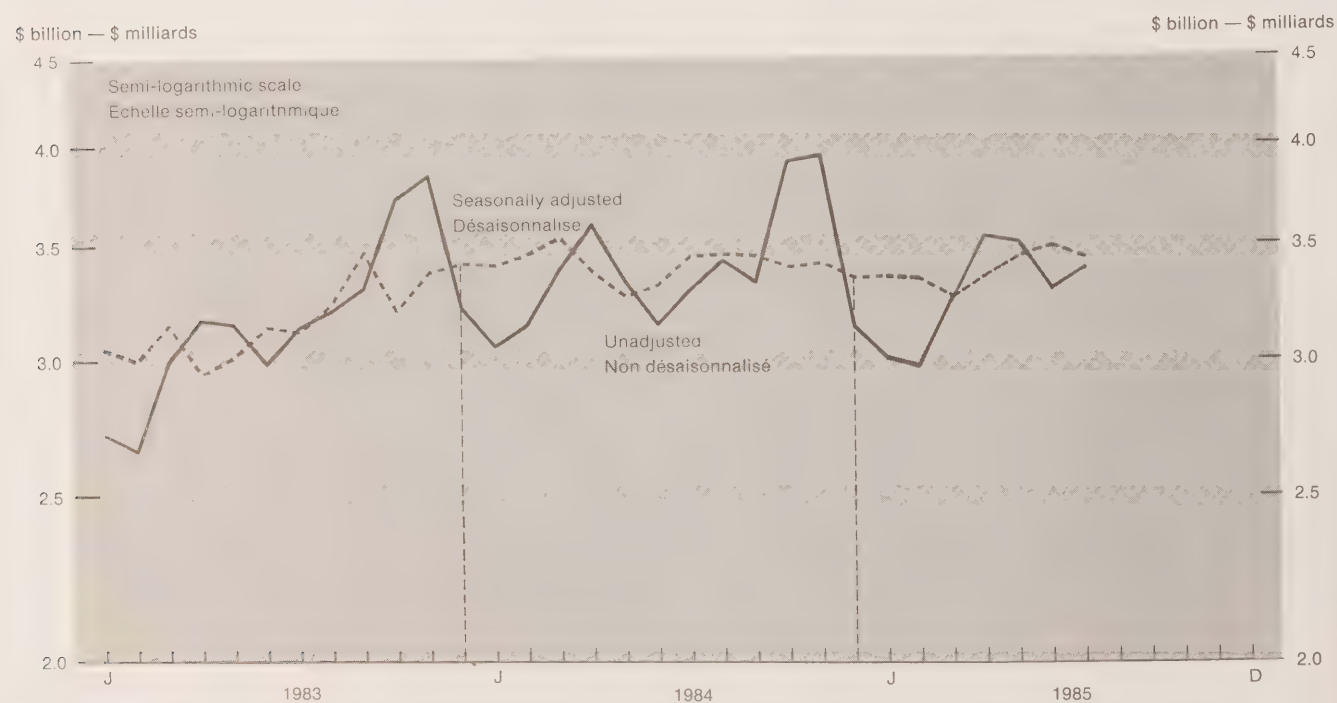


Chart — 3

Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1983-1985

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1983-1985

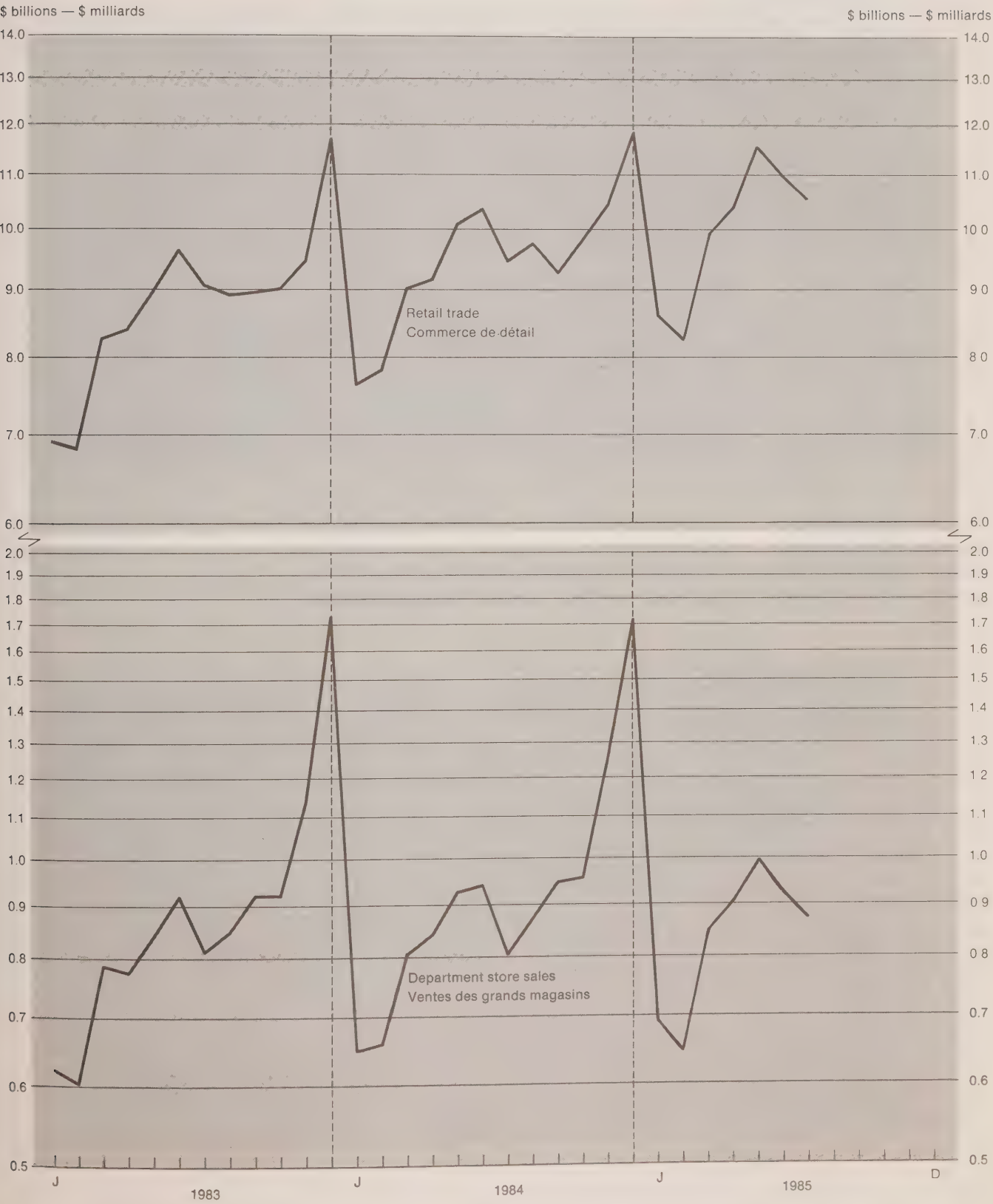
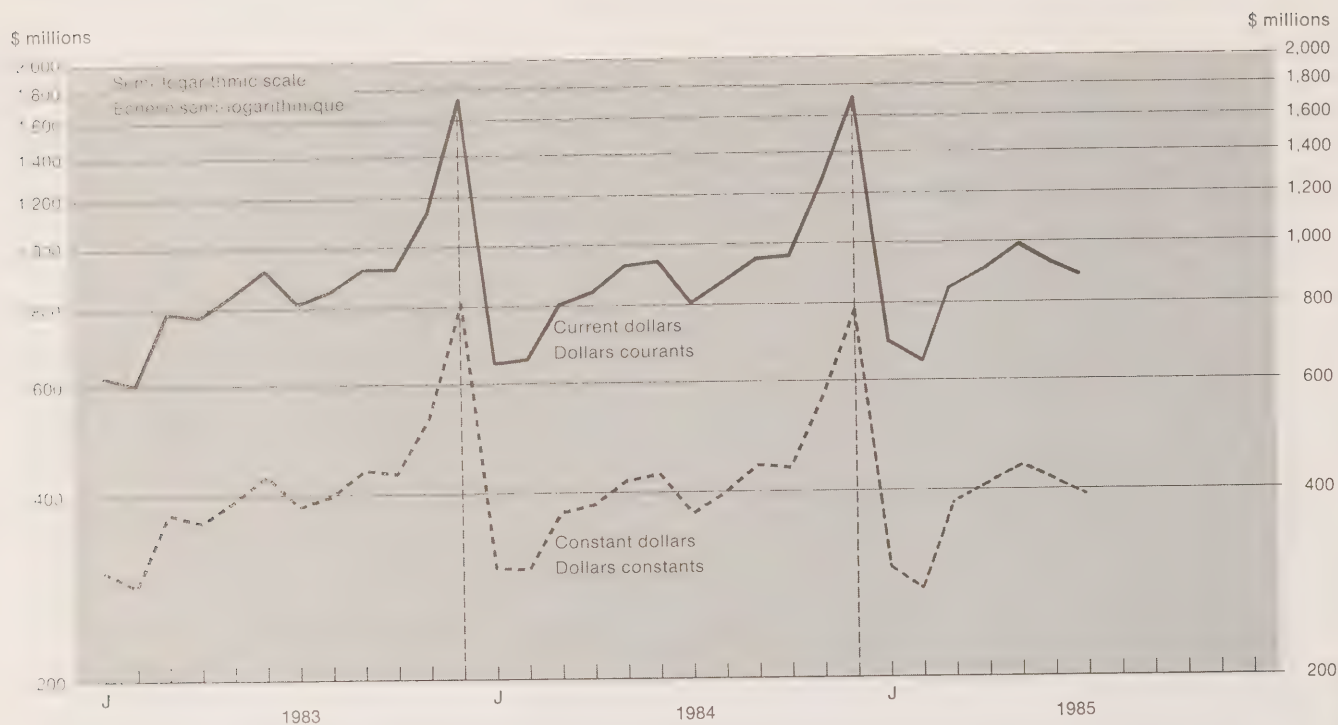


Chart — 4

## Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1983-1985

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1983-1985

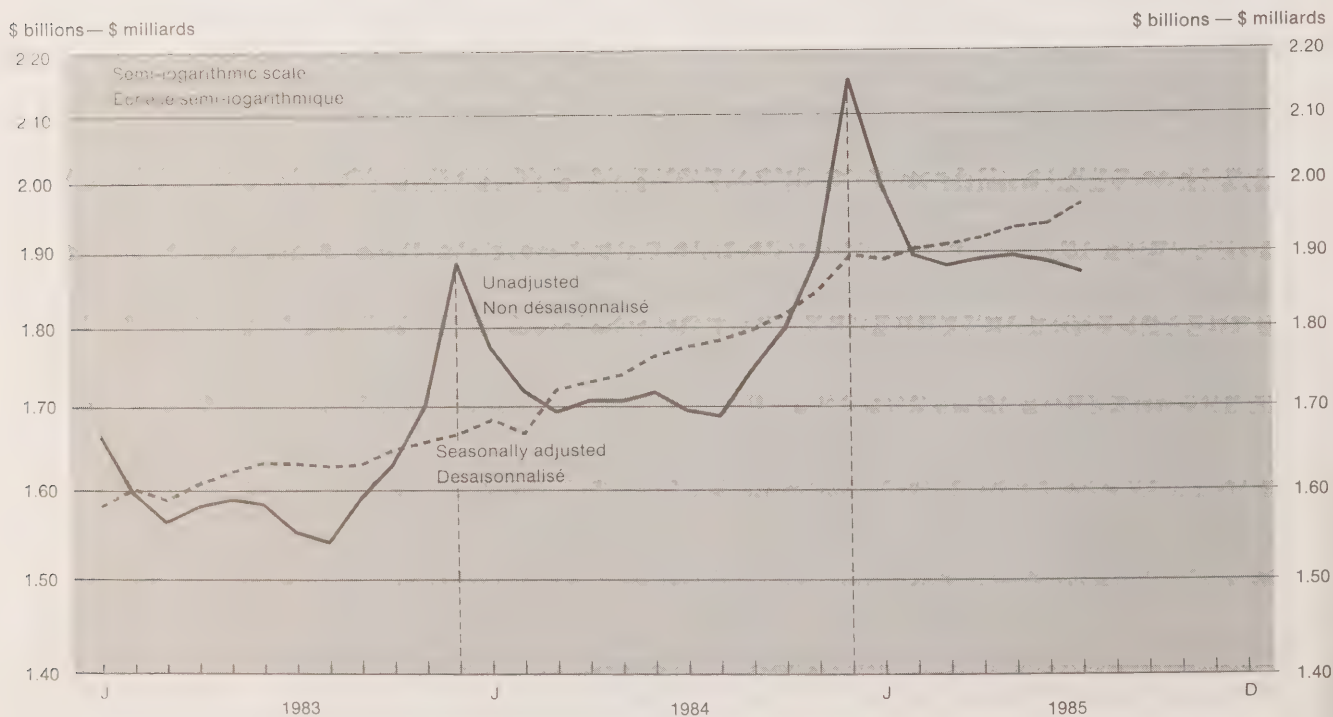


Graphique — 5

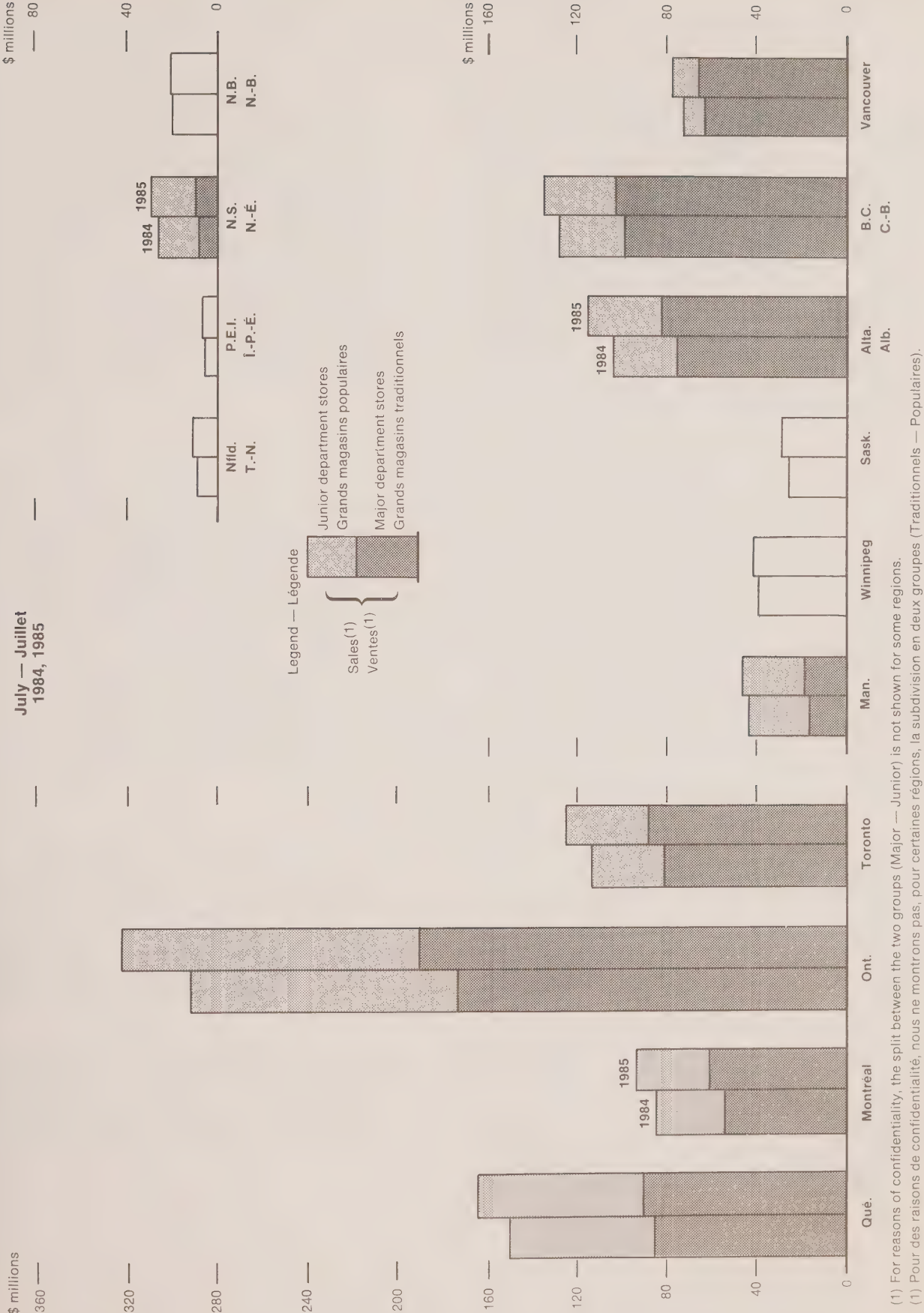
Chart — 5

## Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1983-1985

Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985



Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization  
Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations



(1) For reasons of confidentiality, the split between the two groups (Major — Junior) is not shown for some regions.  
(1) Pour des raisons de confidentialité, nous ne montrons pas, pour certaines régions, la subdivision en deux groupes (Traditionnels — Populaires).





## HIGHLIGHTS

### Seasonally Adjusted Sales

- Adjusted for seasonal fluctuations, holidays and the number of trading days, total department store sales in July 1985 increased by 1.3% to \$997.0 million from the revised June 1985 level of \$984.5 million. Among the 25 departments recording higher sales, the most notable increases were reported in plumbing, heating and building materials (+18.3%), girls' and teenage girls' wear (+16.1%) and lingerie and women's sleepwear (+15.3%). The largest decreases were recorded for women's and misses' coats and suits (-7.5%), furs and television, radio and music, both at -7.0% and food and kindred products (-6.5%).

### Unadjusted Sales

- On an unadjusted basis, sales of department stores totalled \$875.7 million in July 1985, up 8.6% from the July 1984 level. Sales were higher in 32 of the 40 departments with the largest increases reported in hardware, paints, wallpaper, etc. (+32.1%), floor coverings (+23.1%) and men's and boys' footwear (+21.8%). The most notable decreases were recorded for departments carrying television, radio and music (-5.0%), gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies (-4.8%), food and kindred products, as well as piece goods, both at -3.3%.
- At the provincial level, on a year-over-year basis, department store sales increased in all provinces. Gains ranged from 2.3% in New Brunswick to 15.3% in Nova Scotia. Sales increased in all of the 10 metropolitan areas surveyed, with increases ranging from 4.3% in Quebec City to 23.1% in Halifax-Dartmouth.
- Sales by major department stores in July 1985 reached \$532.2 million, up 7.3% from the corresponding month a year earlier, while junior department stores had sales of \$343.4 million, up 10.6% over the same period last year.

## POINTS SAILLANTS

### Ventes désaisonnalisées

- Les ventes des grands magasins, corrigées en fonction des variations saisonnières et du nombre de journées d'affaires, ont haussé de 1.3% en juillet 1985, en regard du mois de juin 1985 (\$984.5 millions - chiffre révisé) pour s'établir à \$997.0 millions. Des 25 rayons qui ont connu des augmentations des ventes, on a constaté les gains les plus marqués dans les rayons du matériel de plomberie, chauffage, et constructions (+18.3%), de vêtements de fillettes et d'adolescentes (+16.1%) et de lingerie et vêtements de nuit pour dames (+15.3%). Par contre, les plus fortes baisses des ventes ont été observées dans les rayons de manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles (-7.5%), de fourrures (-7.0%), de télévision, radio et musique (-7.0%) et de produits alimentaires et connexes (-6.5%).

### Ventes non désaisonnalisées

- Les ventes des grands magasins, sans ajustements saisonniers, ont totalisé \$875.7 millions en juillet 1985, soit 8.6% de plus qu'en juillet 1984. Des 40 rayons pour lesquels on recueille des données, 32 ont indiqué des hausses. Les augmentations les plus fortes ont été enregistrées dans les rayons de quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. (+32.1%), de revêtements de plancher (+23.1%) et de chaussures pour hommes et garçons (+21.8%). Les baisses les plus notables ont été signalées dans les rayons de télévision, radio et musique (-5.0%), d'essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures (-4.8%), de produits alimentaires et connexes (-3.3%) et de tissus à la pièce (-3.3%).
- Au niveau provincial, les ventes des grands magasins ont haussé dans toutes les provinces, par rapport à l'an dernier. Les augmentations s'échelonnent de 2.3% au Nouveau-Brunswick à 15.3% en Nouvelle-Écosse. Toutes les régions métropolitaines visées par l'enquête ont rapporté des ventes accrues, les gains s'échelonnant de 4.3% à Québec à 23.1% à Halifax-Dartmouth.
- Les ventes des grands magasins traditionnels, en juillet 1985, se sont chiffrées à \$532.2 millions, soit une hausse de 7.3% par rapport aux ventes enregistrées à pareille date l'an dernier. Les grands magasins populaires ont, quant à eux, indiqué des ventes s'élevant à \$343.4 millions, ce qui représente un gain de 10.6% par rapport à juillet de l'an dernier.

- In July 1985, there were 792 retail locations operated by department store organizations, three less than the number reported for June 1985, but eight less than in July 1984. Of this total number, 312 locations were operated by major department store organizations and 480 by junior department store organizations.
- Cumulative unadjusted sales of all department stores for the first seven months of 1985 totalled \$5,884.1 million, an increase of 4.4% over the \$5,638.0 million reported a year earlier.
- Department store sales constituted 8.2% of total retail trade in Canada in July 1985, a decline from the 8.5% share held in July 1984.

#### Stocks

- The unadjusted selling value of inventories held by department stores in July 1985 was \$3,393.3 million, up 2.6% from July 1984. Seasonally adjusted department store stocks totalled \$3,438.9 million, down 1.4% from the June 1985 revised value of \$3,488.8 million.

#### Accounts Receivable

- The total value of accounts receivable of all department store organizations in July 1985 amounted to \$1,874.3 million, down 0.7% from the \$1,887.6 million recorded in June 1985.

- En juillet 1985, on a dénombré un total de 792 points de vente au détail exploités par les sociétés des grands magasins, soit trois de moins qu'en juin 1985 et huit de moins qu'en juillet 1984. De ce total, 312 ont été exploités par les sociétés de grands magasins traditionnels et 480 par les sociétés de grands magasins populaires.
- Les ventes cumulatives, non désaisonnalisées, pour l'ensemble des grands magasins, pour les sept premiers mois de 1985, ont totalisé \$5,884.1 millions, soit une hausse de 4.4% par rapport au total de \$5,638.0 millions signalés pour la période correspondante en 1984.
- Les ventes totales des grands magasins ont représenté, à elles seules, 8.2% de l'ensemble du commerce de détail au Canada en juillet 1985, soit un recul par rapport à la part de 8.5% détenue en juillet 1984.

#### Stocks

- La valeur marchande, non désaisonnalisée, des stocks détenus en juillet 1985 a haussé de 2.6% par rapport au mois correspondant l'année dernière, pour s'établir à \$3,393.3 millions. La valeur désaisonnalisée des stocks a, quant à elle, connu une baisse de 1.4% comparativement au mois précédent (\$3,488.8 millions - chiffre révisé) et s'est élevée à \$3,438.9 millions.

#### Comptes à recevoir

- Pour juillet 1985, la valeur totale des créances à recouvrer par les sociétés de grands magasins s'est chiffrée à \$1,874.3 millions, soit 0.7% de moins que la valeur enregistrée en juin 1985 (\$1,887.6 millions).

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985

		1985						
Department		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,867	10,054	15,827	18,842	25,147	19,332	17,248
2	Women's and misses' coats and suits	13,162	12,112	21,186	17,185	10,924	7,916	7,073
3	Women's and misses' sportswear	33,141	38,002	55,553	58,259	71,734	58,577	52,421
4	Furs	5,127	3,539	1,705	1,236	386	563	1,197
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	18,380	18,267	23,097	24,333	23,718	22,528	21,846
6	Girls' and teenage girls' wear	8,774	9,727	18,744	17,933	18,241	13,813	13,676
7	Lingerie and women's sleepwear	11,844	12,085	15,449	16,045	20,143	16,948	18,156
8	Intimate apparel	9,077	7,928	11,305	11,711	12,584	11,902	11,454
9	Millinery	1,560	1,069	1,179	1,457	1,348	1,149	1,193
10	Women's and girls' hosiery	8,561	7,590	10,813	11,389	11,574	9,495	7,170
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	10,182	9,180	13,746	14,434	16,863	13,197	10,788
12	Women's, misses' and children's footwear	15,387	14,277	24,925	28,338	29,441	23,583	21,099
13	Men's clothing	23,420	23,040	35,906	37,181	38,631	43,374	29,627
14	Men's furnishings	26,318	26,319	39,157	40,122	48,048	56,685	41,988
15	Boys' clothing and furnishings	7,730	7,373	12,535	13,766	13,260	11,846	10,903
16	Men's and boys' footwear	10,677	9,187	16,026	17,360	18,483	18,244	15,187
17	Food and kindred products	51,900	61,856	56,138	63,290	64,008	55,109	50,102
18	Toiletries, cosmetics and drugs	44,181	43,798	50,385	49,880	54,188	51,749	49,399
19	Photographic equipment and supplies	8,696	7,143	9,237	9,744	10,591	13,073	12,362
20	Piece goods	2,809	3,130	4,149	3,304	4,032	3,203	3,124
21	Linens and domestics	31,393	18,082	24,667	24,800	29,360	28,945	31,758
22	Smallwares and notions	9,272	7,386	8,651	7,700	7,483	7,084	7,350
23	China and glassware	7,208	7,887	10,144	9,676	13,474	10,494	10,455
24	Floor coverings	8,851	9,143	11,711	12,475	13,137	12,748	14,385
25	Draperies, curtains and furniture coverings	9,904	9,771	13,429	14,418	16,327	15,489	16,232
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	5,569	4,787	6,403	7,095	6,408	6,341	7,392
27	Furniture	42,715	32,951	45,260	48,996	49,727	50,180	54,593
28	Major appliances	39,936	32,286	41,867	42,455	45,442	45,854	52,979
29	Television, radio and music	32,827	29,117	37,678	35,057	29,059	32,174	33,653
30	Housewares and small electrical appliances	25,526	26,051	26,031	28,339	32,284	32,130	32,496
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	20,892	16,554	22,570	34,262	47,424	40,646	35,819
32	Plumbing, heating and building materials	6,876	5,756	7,315	9,598	11,487	10,014	11,537
33	Jewellery	10,829	12,325	18,174	19,441	24,284	20,432	18,371
34	Toys and games	12,547	13,054	18,893	20,478	18,223	19,636	20,216
35	Sporting goods and luggage	18,858	16,132	20,308	26,535	32,932	32,851	29,996
36	Stationery, books and magazines	22,137	21,397	24,734	24,307	26,250	25,556	22,763
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	11,902	10,041	11,563	14,331	15,342	15,181	14,155
38	Meals and lunches	19,374	17,630	21,869	20,788	21,308	20,882	20,359
39	Repairs and services	10,898	9,123	11,565	10,986	12,149	11,859	11,141
40	All other departments	24,801	21,916	29,183	33,858	45,181	37,375	33,991
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	692,108	647,065	849,077	901,404	990,625	928,157	875,654

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984						Change	Rayon	N <sup>o</sup>
						Variation		
July	August	September	October	November	December	July 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juillet 1985/1984		
thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
14,527	16,610	15,545	16,077	17,081	22,831	+18.7	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
7,107	15,796	20,934	26,631	28,221	23,182	-0.5	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
45,814	51,007	65,785	56,248	64,239	78,205	+14.4	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
1,150	1,786	3,464	5,537	9,114	7,811	+4.1	Fourrures	4
18,921	27,253	25,928	26,838	29,012	36,901	+15.5	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
11,910	26,247	19,159	15,231	22,441	23,697	+14.8	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
15,964	15,531	17,723	18,511	29,712	48,995	+13.7	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
10,175	10,574	11,857	9,940	11,570	15,153	+12.6	Sous-vêtements	8
1,136	1,140	1,855	2,716	4,273	4,013	+5.0	Chapeaux	9
6,474	8,038	12,557	11,538	12,862	16,253	+10.8	Bas pour dames et fillettes	10
10,029	11,396	17,064	17,847	28,737	41,120	+7.6	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
18,077	24,640	31,867	29,925	34,475	32,200	+16.7	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
25,454	32,728	43,011	41,679	62,353	81,772	+16.4	Vêtements pour hommes	13
36,207	34,659	44,443	42,759	72,134	118,770	+16.0	Articles d'habillement pour hommes	14
9,824	20,360	13,500	13,041	17,219	24,605	+11.0	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
12,464	14,726	17,150	16,448	22,534	26,104	+21.8	Chaussures pour hommes et garçons	16
51,819	60,156	54,011	59,062	79,422	86,944	-3.3	Produits alimentaires et connexes	17
44,666	46,450	49,117	51,859	68,184	126,980	+10.6	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
12,554	13,457	11,839	11,295	15,599	29,572	-1.5	Appareils et fournitures photographiques	19
3,229	3,842	4,249	4,530	4,704	3,605	-3.3	Fissus à la pièce	20
30,586	29,930	32,010	27,969	33,925	46,184	+3.8	Literie et linge de maison	21
6,819	7,080	10,441	9,572	10,645	12,761	+7.8	Menus articles	22
10,291	9,358	11,727	11,760	20,210	37,306	+1.6	Porcelaine et verrerie	23
11,682	10,756	12,402	14,153	16,099	11,948	+23.1	Revêtements de plancher	24
15,380	13,939	15,563	15,731	17,663	17,044	+5.5	Tentures, rideaux et housses	25
7,509	7,168	8,343	8,307	13,047	20,568	-1.6	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
51,873	40,197	44,737	47,236	47,918	43,200	+5.2	Meubles	27
47,610	43,523	46,869	47,118	52,088	54,816	+11.3	Gros appareils ménagers	28
35,416	37,145	53,295	45,651	57,889	89,000	-5.0	Télévision, radio et musique	29
32,459	33,028	31,912	35,955	47,449	80,759	+0.1	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
27,106	24,754	22,203	26,503	29,629	35,435	+32.1	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
11,210	9,789	9,339	10,353	10,639	11,442	+2.9	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
16,213	16,949	20,787	17,998	29,894	67,633	+13.3	Bijouterie	33
17,864	17,840	20,513	31,689	62,080	91,424	+13.2	Jouets et jeux	34
29,212	24,133	20,752	19,092	28,011	47,844	+2.7	Articles de sport et valises	35
23,305	33,881	32,195	24,710	43,591	74,184	-2.3	Papeterie, livres et revues	36
14,861	17,428	13,686	19,614	20,963	21,877	-4.8	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
20,066	21,536	20,778	21,952	26,163	32,636	+1.5	Repas et casse-croûtes	38
9,421	9,745	10,033	12,098	15,849	13,683	+18.3	Services et travaux de réparation	39
30,208	27,848	28,722	31,887	36,654	57,324	+12.5	Tous autres rayons	40
806,592	872,423	947,365	957,060	1,254,292	1,715,781	+8.6	TOTAL, TOUS RAYONS	41



TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985

		1985						
		January	February	March	April	May	June <sup>F</sup>	July <sup>P</sup>
Department		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin <sup>F</sup>	Juillet <sup>P</sup>
No.		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	16,279	15,795	17,758	17,242	19,103	16,836	18,331
2	Women's and misses' coats and suits	16,443	16,891	19,946	17,202	18,173	18,133	16,778
3	Women's and misses' sportswear	54,938	55,909	59,245	58,951	63,424	57,997	60,992
4	Furs	3,164	3,111	2,555	4,820	2,245	3,361	3,125
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	24,881	25,953	25,999	24,552	25,081	25,026	25,466
6	Girls' and teenage girls' wear	17,218	15,735	19,400	17,879	18,534	15,676	18,204
7	Lingerie and women's sleepwear	20,356	19,788	20,443	19,720	20,505	19,111	22,034
8	Intimate apparel	11,360	11,190	11,745	11,584	11,652	11,270	11,895
9	Millinery	1,974	1,917	1,949	1,978	2,004	1,936	1,964
10	Women's and girls' hosiery	10,653	10,544	11,216	10,834	11,118	11,177	10,994
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	17,288	17,260	17,785	17,042	17,742	17,021	17,190
12	Women's, misses' and children's footwear	25,658	25,496	26,839	26,192	27,405	24,683	27,914
13	Men's clothing	38,231	39,618	40,519	40,743	42,553	42,742	43,477
14	Men's furnishings	47,824	48,841	52,864	50,736	54,850	51,201	53,682
15	Boys' clothing and furnishings	14,071	13,853	14,660	13,815	14,112	13,927	14,387
16	Men's and boys' footwear	17,615	15,993	18,771	16,538	17,043	16,890	18,453
17	Food and kindred products	61,438	62,596	62,967	62,276	61,521	63,285	59,140
18	Toiletries, cosmetics and drugs	56,885	58,066	58,495	57,753	59,191	60,087	58,652
19	Photographic equipment and supplies	12,556	11,919	12,566	12,729	12,309	12,818	12,566
20	Piece goods	3,360	3,713	3,817	3,516	3,873	3,670	3,764
21	Linens and domestics	29,407	30,819	31,873	30,750	31,003	30,175	30,009
22	Smallwares and notions	8,670	8,923	9,340	8,945	9,223	9,295	8,904
23	China and glassware	12,588	12,669	13,280	13,536	13,439	13,687	13,038
24	Floor coverings	10,566	11,628	11,900	12,229	13,151	13,171	13,351
25	Draperies, curtains and furniture coverings	13,993	14,220	14,409	14,007	14,637	14,582	14,945
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7,585	7,882	8,215	8,682	7,783	8,341	8,333
27	Furniture	45,164	45,043	48,178	50,116	44,991	46,870	45,252
28	Major appliances	44,538	45,415	46,768	46,833	45,358	43,742	45,666
29	Television, radio and music	39,940	42,429	43,009	43,394	37,924	43,366	40,349
30	Housewares and small electrical appliances	36,843	35,867	36,644	34,901	34,652	35,060	35,572
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	29,058	26,480	28,516	32,688	33,677	33,102	35,594
32	Plumbing, heating and building materials	9,483	8,794	9,358	9,095	9,139	8,369	9,899
33	Jewellery	22,559	22,962	24,811	24,990	25,308	24,294	24,460
34	Toys and games	31,623	30,273	32,068	30,796	30,124	31,909	31,044
35	Sporting goods and luggage	27,258	28,226	27,382	27,220	26,866	26,201	26,272
36	Stationery, books and magazines	31,571	31,127	32,423	31,644	31,612	31,783	29,942
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	14,318	14,487	14,300	14,330	14,519	14,932	14,940
38	Meals and lunches	21,966	22,022	22,816	22,349	22,196	22,250	21,763
39	Repairs and services	12,324	11,202	11,876	11,612	12,206	12,396	12,563
40	All other departments	34,387	33,577	34,586	33,467	34,211	34,096	36,135
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	956,034	958,235	1,001,292	987,684	994,457	984,468	997,037

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984						Change - Variation		No
July	August	September	October	November	December	July/ June 1985	Rayon	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juillet/ juin 1985		
thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
16,055	16,845	15,882	16,617	15,842	16,012	+8.9	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
16,774	14,729	17,333	16,392	17,232	16,572	-7.5	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
54,537	53,278	53,486	55,615	56,579	54,511	+5.2	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
2,939	2,855	3,696	3,873	4,221	3,331	-7.0	Fourrures	4
22,823	24,678	24,553	24,422	24,817	24,467	+1.8	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
16,211	17,413	17,111	16,023	18,236	16,047	+16.1	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
19,795	19,738	19,607	19,641	20,378	20,071	+15.3	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
11,106	10,570	11,159	10,873	10,959	11,092	+5.5	Sous-vêtements	8
1,983	1,793	2,052	1,982	2,028	1,680	+1.5	Chapeaux	9
9,773	10,117	10,667	10,291	10,520	10,290	-1.6	Bas pour dames et fillettes	10
16,283	15,081	16,601	16,677	18,139	17,143	+1.0	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
24,729	25,056	25,283	25,169	25,627	25,317	+13.0	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
38,507	39,626	39,715	39,739	41,891	41,999	+1.7	Vêtements pour hommes	13
48,594	45,269	47,988	46,847	48,385	47,510	+4.8	Articles d'habillement pour hommes	14
13,591	13,295	13,762	13,737	13,786	13,674	+3.3	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
16,188	15,990	15,880	16,187	16,627	16,975	+9.3	Chaussures pour hommes et garçons	16
61,533	59,047	63,469	61,676	63,157	63,684	-6.5	Produits alimentaires et connexes	17
54,455	52,375	56,312	54,878	57,870	57,555	-2.4	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
13,233	12,931	13,006	12,896	12,936	12,857	-2.0	Appareils et fournitures photographiques	19
4,176	3,836	3,755	3,781	3,797	3,629	+2.6	Tissus à la pièce	20
29,681	29,133	29,269	28,038	30,857	29,597	-0.6	Literie et linge de maison	21
8,442	8,126	8,877	8,357	8,515	8,762	-4.2	Menus articles	22
13,334	11,792	12,990	13,600	13,583	13,907	-4.7	Porcelaine et verrerie	23
11,491	11,457	12,519	11,633	13,009	12,068	+1.4	Revêtements de plancher	24
14,840	14,276	15,352	14,812	15,110	14,833	+2.5	Tentures, rideaux et housses	25
9,004	8,331	8,773	8,359	8,847	8,949	-0.1	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
44,259	39,641	45,147	45,790	46,458	45,024	-3.5	Meubles	27
42,305	43,362	45,032	43,571	46,663	50,116	+4.4	Gros appareils ménagers	28
43,673	42,112	46,607	43,152	43,204	44,107	-7.0	Télévision, radio et musique	29
36,813	36,145	35,907	36,198	37,240	36,971	+1.5	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
28,029	27,024	24,887	25,922	27,767	26,309	+7.5	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
10,255	9,878	10,329	9,798	9,967	10,763	+18.3	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
22,600	21,265	21,877	21,570	21,977	22,753	+0.7	Bijouterie	33
28,279	28,106	32,175	30,291	27,851	26,188	-2.7	Jouets et jeux	34
26,343	26,484	25,763	25,614	27,099	25,640	+0.3	Articles de sport et valises	35
31,595	30,702	31,829	29,518	32,280	31,347	-5.8	Papeterie, livres et revues	36
16,197	17,495	16,480	16,849	15,825	16,567	+0.1	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
22,002	21,599	22,082	22,107	22,442	22,237	-2.2	Repas et casse-croûtes	38
10,840	10,777	11,100	11,094	11,377	11,044	+1.3	Services et travaux de réparation	39
33,407	31,198	34,068	34,937	34,994	34,397	+6.0	Tous autres rayons	40
946,674	923,425	962,379	948,526	978,095	965,994	+1.3	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

		1985						
Province		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Newfoundland	6,952	7,096	9,731	10,888	12,108	11,545	10,794
2	Prince Edward Island	4,074	3,852	4,567	5,274	5,531	5,837	6,595
3	Nova Scotia	18,630	18,740	25,876	28,657	31,526	31,991	28,983
4	New Brunswick	13,276	12,894	18,127	19,339	21,776	20,529	18,852
5	Quebec	130,436	121,067	160,174	175,359	199,264	176,088	164,993
6	Ontario	248,605	230,686	304,119	329,678	358,424	344,864	322,440
7	Manitoba	34,415	33,067	46,213	48,619	51,033	47,723	45,315
8	Saskatchewan	22,137	20,906	27,964	29,300	31,499	28,559	28,281
9	Alberta	97,925	91,754	117,811	117,594	131,665	119,766	115,381
10	British Columbia	115,658	107,002	134,497	136,697	147,799	141,256	134,021
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-	-
12	CANADA	692,108	647,065	849,077	901,404	990,625	928,157	875,654

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

		1985						
Selected metropolitan areas		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Calgary	37,702	35,612	45,068	44,971	50,471	46,784	44,364
2	Edmonton	44,148	40,891	52,733	52,316	59,076	53,206	51,338
3	Halifax-Dartmouth	11,130	10,743	14,671	15,563	17,662	17,965	16,045
4	Hamilton	19,486	16,635	21,422	24,210	26,387	24,478	23,652
5	Montréal	78,812	73,022	94,865	102,956	115,914	103,375	93,809
6	Ottawa-Hull	30,661	27,879	37,643	38,845	45,490	39,575	38,505
7	Quebec City	18,428	16,465	21,969	23,695	28,547	24,955	24,004
8	Toronto	99,553	95,090	125,686	130,664	139,376	138,949	124,716
9	Vancouver	70,220	64,386	80,280	80,174	87,331	84,774	77,798
10	Winnipeg	31,341	29,981	41,482	43,706	46,154	42,837	41,069

TABLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1984 et 1985

1984						Change Variation	Province	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December	July 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juillet 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
9,442	11,317	11,141	12,329	16,271	23,157	+14.3	Terre-Neuve	1
6,177	6,375	5,490	5,624	7,412	10,707	+6.8	Île-du-Prince-Édouard	2
25,131	28,836	28,999	30,813	43,553	61,171	+15.3	Nouvelle-Écosse	3
18,421	20,079	20,138	21,328	30,789	40,972	+2.3	Nouveau-Brunswick	4
150,887	163,813	176,106	182,239	230,121	311,798	+9.3	Québec	5
292,171	312,209	341,081	346,765	472,695	652,243	+10.4	Ontario	6
43,233	45,526	52,448	49,639	65,859	85,871	+4.8	Manitoba	7
26,331	27,248	31,473	30,177	41,146	53,485	+7.4	Saskatchewan	8
104,897	116,810	127,993	126,976	158,726	218,029	+10.0	Alberta	9
127,425	137,534	149,146	148,115	184,827	253,420	+5.2	Colombie-Britannique	10
2,478	2,674	3,350	3,054	2,894	4,928	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
806,592	872,423	947,365	957,060	1,254,292	1,715,781	+8.6	CANADA	12

TABLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

1984						Change Variation	Certaines zones métropolitaines	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December	July 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juillet 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
41,049	43,591	49,079	48,618	60,020	83,892	+8.1	Calgary	1
48,855	53,470	57,612	57,446	71,344	96,074	+5.1	Edmonton	2
13,030	15,745	16,665	17,572	24,904	32,904	+23.1	Halifax-Dartmouth	3
21,566	22,156	24,493	25,892	32,526	50,915	+9.7	Hamilton	4
84,768	93,911	106,689	108,137	138,914	190,400	+10.7	Montréal	5
34,535	38,390	42,719	44,593	56,416	73,494	+11.5	Ottawa-Hull	6
23,024	23,843	24,577	25,644	31,863	40,556	+4.3	Ville de Québec	7
114,163	119,291	139,209	139,154	188,655	263,715	+9.2	Toronto	8
72,695	78,140	88,171	87,881	108,850	148,953	+7.0	Vancouver	9
39,143	41,157	47,664	44,889	59,918	76,858	+4.9	Winnipeg	10

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

		1985						
Province	No.	January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars - milliers de dollars						
1 Newfoundland		x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island		x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia		7,353	6,567	9,188	9,717	10,259	10,862	9,723
4 New Brunswick		x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec		75,980	67,700	90,490	95,938	109,889	97,397	91,020
6 Ontario		153,708	138,416	185,694	191,431	206,083	199,764	190,466
7 Manitoba		23,448	21,585	30,515	30,889	30,978	29,066	28,534
8 Saskatchewan		x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta		76,498	69,584	87,813	86,695	95,243	86,065	83,289
10 British Columbia		95,162	86,133	107,111	107,696	113,074	107,943	102,606
11 Yukon and Northwest Territories		-	-	-	-	-	-	-
12 CANADA		453,711	409,143	537,063	549,234	594,109	557,754	532,232

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

		1985						
Selected metropolitan areas		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Calgary	30,048	27,906	34,770	34,678	37,994	34,846	33,254
2	Edmonton	35,184	31,384	40,019	39,005	43,339	38,937	37,973
3	Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x
4	Hamilton	14,872	12,214	15,555	17,471	18,781	17,292	17,339
5	Montréal	51,972	47,044	61,779	65,112	74,094	66,021	59,876
6	Ottawa-Hull	19,758	16,730	23,497	22,833	27,075	24,082	23,847
7	Quebec City	x	x	x	x	x	x	x
8	Toronto	72,416	69,020	93,501	93,067	97,410	98,228	88,056
9	Vancouver	62,059	56,067	69,426	68,968	74,419	72,571	66,687
10	Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x



•

—

\_\_\_\_\_

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

1985							
Province	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars						
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	11,277	12,173	16,688	18,939	21,267	21,129	19,260
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	54,456	53,367	69,684	79,421	89,375	78,691	73,973
6 Ontario	94,898	92,269	118,425	138,246	152,341	145,100	131,974
7 Manitoba	10,967	11,482	15,698	17,729	20,055	18,658	16,781
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	21,426	22,170	29,998	30,899	36,422	33,701	32,091
10 British Columbia	20,496	20,869	27,386	29,001	34,725	33,314	31,415
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-	-
12 CANADA	238,397	237,922	312,014	352,171	396,516	370,404	343,422

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

1985							
Selected metropolitan areas	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars						
1 Calgary	7,655	7,707	10,298	10,293	12,477	11,938	11,110
2 Edmonton	8,965	9,507	12,714	13,311	15,738	14,269	13,365
3 Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x
4 Hamilton	4,614	4,421	5,868	6,739	7,606	7,186	6,313
5 Montréal	26,840	25,978	33,087	37,844	41,819	37,354	33,933
6 Ottawa-Hull	10,903	11,149	14,147	16,012	18,416	15,494	14,658
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	27,136	26,070	32,185	37,597	41,966	40,721	36,659
9 Vancouver	8,161	8,320	10,854	11,206	12,913	12,202	11,112
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x

.....

1984						Change Variation	Province	NO
July	August	September	October	November	December	July 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juillet 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
17,781	19,107	18,126	19,727	27,887	40,544	+8.3	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
66,781	73,444	69,526	74,639	94,710	137,969	+10.8	Québec	5
118,517	132,066	127,942	132,448	180,480	266,151	+11.4	Ontario	6
15,641	16,892	15,953	17,126	21,892	31,669	+7.3	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
28,449	30,412	30,450	32,447	38,673	57,427	+12.8	Alberta	9
28,022	30,382	28,690	29,147	36,706	55,387	+12.1	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
<b>310,397</b>	<b>341,831</b>	<b>327,935</b>	<b>345,536</b>	<b>455,187</b>	<b>666,580</b>	<b>+10.6</b>	<b>CANADA</b>	<b>12</b>

© 2012 Pearson Education, Inc. or its affiliate(s). All rights reserved. This publication is protected by copyright. Any unauthorized distribution or reproduction of this work is illegal. This publication may be reproduced in whole or in part for personal or internal reference use only, provided that the copyright notice is retained. For more information, contact Pearson Education, Inc., 501 Boylston Street, Boston, MA 02116, USA. ISBN: 978-0-321-87823-3. Printed in the United States of America. 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1

1984						Change Variation		
July	August	September	October	November	December	July 1985/1984	Certaines zones métropolitaines	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juillet 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
9,912	10,189	10,165	11,694	12,391	19,484	+12.1	Calgary	1
12,308	13,377	13,236	13,825	16,881	24,204	+8.6	Edmonton	2
x	x	x	x	x	x	x	Halifax-Dartmouth	3
5,531	6,049	6,043	6,410	8,719	13,651	+14.1	Hamilton	4
30,550	34,225	32,821	35,873	45,772	68,677	+11.1	Montréal	5
12,993	15,393	14,700	15,189	19,659	28,937	+12.8	Ottawa-Hull	6
x	x	x	x	x	x	x	Ville de Québec	7
32,894	35,782	36,721	36,817	48,898	74,865	+11.4	Toronto	8
10,583	11,282	11,242	11,610	14,623	22,369	+5.0	Vancouver	9
x	x	x	x	x	x	x	Winnipeg	10

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

Province	1985					
	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre					
1 Newfoundland	14	14	14	14	14	14
2 Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7
3 Nova Scotia	33	33	33	34	34	34
4 New Brunswick	27	27	27	27	27	27
5 Quebec	163	163	163	163	163	163
6 Ontario	297	297	297	297	297	297
7 Manitoba	38	38	38	38	38	38
8 Saskatchewan	32	32	32	32	32	32
9 Alberta	81	81	81	81	81	81
10 British Columbia	102	101	101	101	102	102
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12 CANADA	794(1)	793	793	794	795	795

(1) The decrease of seven stores is due to the reclassification of these department stores to other kinds of business.

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

Selected metropolitan areas	1985					
	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre					
1 Calgary	26	26	26	26	26	26
2 Edmonton	33	33	33	33	33	33
3 Halifax-Dartmouth	14	14	14	14	15	15
4 Hamilton	24	24	24	24	25	25
5 Montréal	76	76	76	76	76	76
6 Ottawa-Hull	32	32	32	32	32	32
7 Quebec City	22	22	22	22	22	22
8 Toronto	88	88	88	88	88	88
9 Vancouver	41	41	41	41	42	42
10 Winnipeg	30	30	30	30	30	30

TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1984 et 1985

1985	1984						Province	N <sup>o</sup>
July	July	August	September	October	November	December		
Juillet	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre								
14	14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
34	32	33	33	33	33	33	Nouvelle-Écosse	3
26	27	27	27	27	27	27	Nouveau-Brunswick	4
162	160	160	160	161	163	163	Québec	5
298	298	297	297	298	298	298	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
32	31	31	31	32	32	32	Saskatchewan	8
80	84	81	81	81	81	81	Alberta	9
101	103	102	102	102	102	102	Colombie-Britannique	10
-	6	6	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
792	800	796	796	799	801	801	CANADA	12

(1) La baisse de sept magasins a été causée par la reclassification de ces magasins à d'autres genres de commerce.

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]



TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

		1985					
Province		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.		number - nombre					
1	Newfoundland	6	6	6	6	6	6
2	Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3
3	Nova Scotia	7	7	7	7	7	7
4	New Brunswick	4	4	4	4	4	4
5	Quebec	55	55	55	55	54	54
6	Ontario	109	109	109	109	109	109
7	Manitoba	18	18	18	18	17	17
8	Saskatchewan	15	15	15	15	15	15
9	Alberta	46	46	46	46	45	45
10	British Columbia	60	59	59	59	53	53
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12	CANADA	323	322	322	322	313	313

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		number - nombre					
1	Calgary	14	14	14	14	14	14
2	Edmonton	18	18	18	18	18	18
3	Halifax-Dartmouth	6	6	6	6	6	6
4	Hamilton	14	14	14	14	14	14
5	Montréal	30	30	30	30	30	30
6	Ottawa-Hull	12	12	12	12	12	12
7	Quebec City	8	8	8	8	8	8
8	Toronto	40	40	40	40	40	40
9	Vancouver	26	26	26	26	27	27
10	Winnipeg	13	13	13	13	13	13

1985	1984							
July	July	August	September	October	November	December	Province	
Juillet	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		N <sup>o</sup>
number - nombre								
6	8	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2
7	6	7	7	7	7	7	Nouvelle-Écosse	3
4	4	4	4	4	4	4	Nouveau-Brunswick	4
54	55	54	54	55	55	55	Québec	5
110	113	110	110	110	110	110	Ontario	6
17	18	18	18	18	18	18	Manitoba	7
15	16	15	15	15	15	15	Saskatchewan	8
44	49	46	46	46	46	46	Alberta	9
52	61	60	60	60	60	60	Colombie-Britannique	10
-	5	5	5	5	5	5	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
<b>312</b>	<b>338</b>	<b>328</b>	<b>328</b>	<b>329</b>	<b>329</b>	<b>329</b>	<b>CANADA</b>	<b>12</b>

1984 et 1985

[illegible]

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

		1985					
Province		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.		number - nombre					
1	Newfoundland	8	8	8	8	8	8
2	Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4
3	Nova Scotia	26	26	26	27	27	27
4	New Brunswick	23	23	23	23	23	23
5	Quebec	108	108	108	108	109	109
6	Ontario	188	188	188	188	188	188
7	Manitoba	20	20	20	20	21	21
8	Saskatchewan	17	17	17	17	17	17
9	Alberta	35	35	35	35	36	36
10	British Columbia	42	42	42	42	49	49
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12	CANADA	471	471	471	472	482	482

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		number - nombre					
1	Calgary	12	12	12	12	12	12
2	Edmonton	15	15	15	15	15	15
3	Halifax-Dartmouth	8	8	8	8	9	9
4	Hamilton	10	10	10	10	11	11
5	Montréal	46	46	46	46	46	46
6	Ottawa-Hull	20	20	20	20	20	20
7	Quebec City	14	14	14	14	14	14
8	Toronto	48	48	48	48	48	48
9	Vancouver	15	15	15	15	15	15
10	Winnipeg	17	17	17	17	17	17

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985

1985	1984							
July	July	August	September	October	November	December	Province	
Juillet	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		N <sup>o</sup>
number -	nombre							
8	6	8	8	8	8	8	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
7	26	26	26	26	26	26	Nouvelle-Écosse	3
22	23	23	23	23	23	23	Nouveau-Brunswick	4
108	105	106	106	106	108	108	Québec	5
188	185	187	187	188	188	188	Ontario	6
21	20	20	20	20	20	20	Manitoba	7
17	15	16	16	17	17	17	Saskatchewan	8
36	35	35	35	35	35	35	Alberta	9
49	42	42	42	42	42	42	Colombie-Britannique	10
-	1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
480	462	468	468	470	472	472	CANADA	12

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]

TABLE 15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985  
January-July

TABLEAU 15. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985  
Janvier-juillet

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1985/1984
		1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	103,072	115,317	+11.9
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	87,703	89,558	+2.1
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et jeunes filles	338,680	367,687	+8.6
4	Furs - Fourrures	12,657	13,753	+8.7
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	146,092	152,169	+4.2
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	93,082	100,908	+8.4
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	109,448	110,670	+1.1
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	71,259	75,961	+6.6
9	Millinery - Chapeaux	8,597	8,955	+4.2
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	65,227	66,592	+2.1
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	83,415	88,390	+6.0
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	148,655	157,050	+5.6
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	212,574	231,179	+8.8
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	261,930	278,637	+6.4
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habille- ment pour garçons	72,593	77,413	+6.6
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	98,475	105,164	+6.8
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	390,450	402,403	+3.1
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	310,453	343,580	+10.7
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	74,975	70,846	-5.5
20	Piece goods - Tissus à la pièce	26,265	23,751	-9.6
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	176,829	189,005	+6.9
22	Smallwares and notions - Menus articles	50,680	54,926	+8.4
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	66,736	69,338	+3.9
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	79,244	82,450	+4.0
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	98,967	95,570	-3.4
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	47,982	43,995	-8.3
27	Furniture - Meubles	309,213	324,422	+4.9
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	294,059	300,819	+2.3
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique	237,240	229,565	-3.2
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	207,590	202,857	-2.3
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	181,926	218,167	+19.9
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	74,338	62,583	-15.8
33	Jewellery - Bijouterie	112,218	123,856	+10.4
34	Toys and games - Jouets et jeux	109,874	123,047	+12.0
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	172,178	177,612	+3.2
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	165,686	167,144	+0.9
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	112,292	92,515	-17.6
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	142,153	142,210	--
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	67,696	77,721	+14.8
40	All other departments - Tous autres rayons	215,447	226,305	+5.0
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	5,637,950	5,884,090	+4.4



TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985  
January-July

TABLERAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1984 et 1985  
Janvier-juillet

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	63,901	69,114	+8.2
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	34,696	35,730	+3.0
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	163,841	184,403	+12.5
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	122,336	124,793	+2.0
Québec	1,064,661	1,127,381	+5.9
Ontario	2,025,161	2,138,816	+5.6
Manitoba	295,887	306,385	+3.5
Saskatchewan	182,896	188,646	+3.1
Alberta	772,928	791,896	+2.5
British Columbia - Colombie-Britannique	894,880	916,930	+2.5
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	16,762	-	...
<b>CANADA</b>	<b>5,637,950</b>	<b>5,884,090</b>	<b>+4.4</b>

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985  
January-July

TABLERAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines,  
1984 et 1985  
Janvier-juillet

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
Certaines zones métropolitaines	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	293,213	304,972	+4.0
Edmonton	353,164	353,708	+0.2
Halifax-Dartmouth	88,286	103,779	+17.5
Hamilton	150,452	156,270	+3.9
Montréal	623,018	662,753	+6.4
Ottawa-Hull	248,723	258,598	+4.0
Quebec City - Ville de Québec	153,994	158,063	+2.6
Toronto	804,899	854,034	+6.1
Vancouver	526,164	544,963	+3.6
Winnipeg	268,190	276,570	+3.1

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985  
January-July

TABEAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985  
Janvier-juillet

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	50,172	63,669	+26.9
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	605,496	628,414	+3.8
Ontario	1,232,559	1,265,562	+2.7
Manitoba	192,609	195,015	+1.2
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	582,820	585,187	+0.4
British Columbia - Colombie-Britannique	714,913	719,725	+0.7
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	-	...
<b>CANADA</b>	<b>3,569,890</b>	<b>3,633,246</b>	<b>+1.8</b>

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985  
January-July

TABEAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985  
Janvier-juillet

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	227,658	233,496	+2.6
Edmonton	270,814	265,841	-1.8
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	110,239	113,524	+3.0
Montréal	403,069	425,898	+5.7
Ottawa-Hull	156,849	157,822	+0.6
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	583,112	611,698	+4.9
Vancouver	455,334	470,197	+3.3
Winnipeg	x	x	x

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985  
January-July

TABLEAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985  
Janvier-juillet

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>r</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	113,670	120,733	+6.2
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	459,163	498,967	+8.7
Ontario	792,603	873,253	+10.2
Manitoba	103,276	111,370	+7.8
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	190,108	206,707	+8.7
British Columbia - Colombie-Britannique	179,968	197,206	+9.6
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	-	...
<b>CANADA</b>	<b>2,068,060</b>	<b>2,250,846</b>	<b>+8.8</b>

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985  
January-July

TABLEAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines,  
1984 et 1985  
Janvier-juillet

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>r</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
Certaines zones métropolitaines	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	65,555	71,478	+9.0
Edmonton	82,349	87,869	+6.7
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	40,214	42,747	+6.3
Montréal	219,946	236,855	+7.7
Ottawa-Hull	91,874	100,779	+9.7
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	221,789	242,334	+9.3
Vancouver	70,831	74,768	+5.6
Winnipeg	x	x	x

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1983-1985

TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1983-1985

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
<b>1983:</b>						
January - Janvier	623,021	100.0	416,075	66.8	206,946	33.2
February - Février	603,808	100.0	400,059	66.3	203,749	33.7
March - Mars	787,544	100.0	517,493	65.7	270,051	34.3
April - Avril	775,226	100.0	496,409	64.0	278,817	36.0
May - Mai	842,133	100.0	524,430	62.3	317,702	37.7
June - Juin	920,150	100.0	578,341	62.9	341,809	37.1
July - Juillet	813,746	100.0	510,481	62.7	303,265	37.3
August - Août	850,885	100.0	528,907	62.2	321,978	37.8
September - Septembre	922,067	100.0	609,641	66.1	312,425	33.9
October - Octobre	922,014	100.0	605,042	65.6	316,972	34.4
November - Novembre	1,138,763	100.0	741,909	65.2	396,854	34.8
December - Décembre	1,731,121	100.0	1,078,633	62.3	652,488	37.7
Year - Année	10,930,478	100.0	7,007,420	64.1	3,923,056	35.9
<b>1984:</b>						
January - Janvier	649,626	100.0	433,177	66.7	216,450	33.3
February - Février	659,594	100.0	426,537	64.7	233,057	35.3
March - Mars	806,999	100.0	529,691	65.6	277,309	34.4
April - Avril	843,022	100.0	522,096	61.9	320,926	38.1
May - Mai	930,389	100.0	577,533	62.1	352,855	37.9
June - Juin	941,728	100.0	584,661	62.1	357,066	37.9
July - Juillet	806,592	100.0	496,195	61.5	310,397	38.5
August - Août	872,423	100.0	530,591	60.8	341,831	39.2
September - Septembre	947,365	100.0	619,430	65.4	327,935	34.6
October - Octobre	957,060	100.0	611,524	63.9	345,536	36.1
November - Novembre	1,254,292	100.0	799,105	63.7	455,187	36.3
December - Décembre	1,715,781	100.0	1,049,201	61.2	666,580	38.8
Year - Année	11,384,871	100.0	7,179,741	63.1	4,205,129	36.9
<b>1985:</b>						
January - Janvier	692,108	100.0	453,711	65.6	238,397	34.4
February - Février	647,065	100.0	409,143	63.2	237,922	36.8
March - Mars	849,077	100.0	537,063	63.3	312,014	36.7
April - Avril	901,404	100.0	549,234	60.9	352,171	39.1
May - Mai	990,625	100.0	594,109	60.0	396,516	40.0
June - Juin	928,157	100.0	557,754	60.1	370,404	39.9
July - Juillet	875,654	100.0	532,232	60.8	343,422	39.2
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1983-1985  
July

TABLEAU 23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1983-1985  
Juillet

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1985/1984
	1983	1984	1985	Variation 1985/1984
Province et certaines zones métropolitaines	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	5.5	5.4	5.3	-1.9
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	13.4	12.7	12.4	-2.4
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	8.0	7.5	7.2	-4.0
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	7.3	7.4	7.0	-5.4
Québec	6.4	6.4	6.3	-1.6
Ontario	8.9	8.2	8.1	-1.2
Manitoba	12.1	11.9	10.6	-10.9
Saskatchewan	7.1	7.5	7.2	-4.0
Alberta	12.1	11.1	10.4	-6.3
British Columbia - Colombie-Britannique	12.4	11.8	11.2	-5.1
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	10.0	8.4	...	...
<b>CANADA</b>	<b>9.0</b>	<b>8.5</b>	<b>8.2</b>	<b>-3.5</b>
Montréal	8.2	7.9	7.9	-
Toronto	9.8	9.0	8.8	-2.2
Winnipeg	17.1	16.5	13.3	-19.4
Vancouver	14.7	13.5	14.8	+9.6



TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985							1984
		January	February	March	April	May	June	July	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Juillet
		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	39,185	43,993	56,955	60,797	54,107	43,977	52,035	55,968
2	Women's and misses' coats and suits	48,419	65,516	68,340	61,861	53,789	43,361	71,654	59,431
3	Women's and misses' sportswear	128,354	150,980	171,399	178,900	166,346	144,730	145,696	155,739
4	Furs	23,715	19,658	14,917	27,476	28,928	30,362	34,836	25,502
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	71,653	67,973	77,245	89,457	84,937	80,040	93,305	90,156
6	Girls' and teenage girls' wear	37,234	51,030	59,132	54,914	58,342	47,063	64,292	53,772
7	Lingerie and women's sleepwear	44,161	42,405	47,653	55,747	53,175	45,396	45,570	49,371
8	Intimate apparel	46,429	41,490	43,624	45,951	44,588	44,618	42,524	37,751
9	Millinery	3,119	3,418	2,548	3,521	2,990	2,606	2,267	2,945
10	Women's and girls' hosiery	37,889	34,836	38,986	42,035	37,480	34,668	34,978	30,118
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	49,934	48,511	53,600	57,748	53,111	46,410	51,969	47,291
12	Women's, misses' and children's footwear	87,816	99,585	121,486	122,004	113,930	101,511	103,552	98,607
13	Men's clothing	124,638	156,531	171,752	194,346	190,644	166,346	167,514	150,094
14	Men's furnishings	143,096	145,075	166,369	193,067	194,853	154,193	146,076	133,222
15	Boys' clothing and furnishings	42,748	45,631	47,836	46,461	42,819	44,144	62,408	51,349
16	Men's and boys' footwear	59,521	57,489	76,236	80,077	90,324	69,558	73,535	73,069
17	Food and kindred products	41,847	35,361	37,872	38,427	35,161	31,444	33,120	32,309
18	Toiletries, cosmetics and drugs	255,555	208,248	225,060	236,131	234,780	230,330	244,390	210,831
19	Photographic equipment and supplies	55,504	44,500	49,665	52,185	51,054	50,506	51,599	56,342
20	Piece goods	17,949	16,873	21,571	18,654	20,683	20,308	17,758	24,526
21	Linens and domestics	128,300	127,853	134,314	146,716	148,825	142,340	137,044	142,578
22	Smallwares and notions	38,175	35,879	37,555	44,184	47,806	48,739	48,143	46,679
23	China and glassware	68,077	74,719	66,029	85,463	84,766	76,648	77,449	92,347
24	Floor coverings	50,742	47,734	49,746	51,134	51,347	50,529	53,258	60,632
25	Draperies, curtains and furniture coverings	70,093	60,655	65,910	68,661	68,008	65,502	70,348	72,673
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	56,372	53,190	57,261	60,255	63,533	61,939	64,352	58,424
27	Furniture	145,059	145,868	149,735	157,566	152,328	151,943	156,706	184,995
28	Major appliances	67,296	72,678	74,982	76,661	73,394	70,552	69,632	65,513
29	Television, radio and music	133,537	128,146	140,488	153,594	145,992	138,333	132,625	156,545
30	Housewares and small electrical appliances	164,939	151,991	157,505	174,480	166,909	174,343	166,944	187,696
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	116,518	120,579	142,450	148,268	158,719	175,304	161,250	137,559
32	Plumbing, heating and building materials	24,231	21,786	31,394	24,392	25,361	28,840	26,458	27,449
33	Jewellery	109,160	96,901	107,128	113,812	113,439	109,202	113,481	124,710
34	Toys and games	112,665	109,764	121,590	141,558	153,617	158,887	183,356	102,536
35	Sporting goods and luggage	113,507	110,606	133,988	160,378	159,668	145,230	136,961	133,043
36	Stationery, books and magazines	135,422	125,423	130,744	139,442	144,907	133,691	142,334	156,284
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	53,925	50,203	53,851	54,543	53,906	52,859	49,351	47,221
38	Meals and lunches	985	539	654	646	597	423	569	895
39	Repairs and services	5,461	5,566	6,085	6,380	6,081	6,389	6,538	5,629
40	All other departments	58,419	50,976	61,896	72,766	86,123	68,824	57,471	64,053
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,011,649	2,970,159	3,275,551	3,540,658	3,517,367	3,292,088	3,393,348	3,305,854

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984					Change - Variation		Rayon	N°
August	September	October	November	December	July/ June 1985	July 1985/1984		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juillet/ juin 1985	Juillet 1985/1984		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
54,552	54,325	64,109	57,551	45,548	+18.3	-7.0	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
69,865	83,396	88,387	70,525	50,707	+65.2	+20.6	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
189,720	174,379	195,689	192,828	134,161	+0.7	-6.4	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
26,370	25,303	35,994	29,500	25,339	+14.7	+36.6	Fourrures	4
93,299	85,719	91,718	86,785	80,801	+16.6	+3.5	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
50,212	50,309	56,701	54,375	34,598	+36.6	+19.6	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
52,703	50,448	66,483	81,616	44,897	+0.4	-7.7	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
39,720	35,693	44,763	49,442	45,665	-4.7	+12.6	Sous-vêtements	8
4,342	4,276	4,267	6,080	5,211	-13.0	-23.0	Chapeaux	9
37,850	33,092	36,982	39,445	36,027	+0.9	+16.1	Bas pour dames et fillettes	10
51,018	54,376	71,298	82,743	55,141	+12.0	+9.9	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
112,635	104,743	111,899	107,316	92,122	+2.0	+5.0	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
156,845	166,401	213,654	222,868	146,065	+0.7	+11.6	Vêtements pour hommes	13
38,715	40,887	54,604	47,655	35,467	-5.3	+9.6	Articles d'habillement pour hommes	14
38,715	40,887	54,604	47,655	35,467	+41.4	+21.5	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
77,227	72,378	84,660	79,040	63,630	+5.7	+0.6	Chaussures pour hommes et garçons	16
27,184	34,765	45,449	51,232	23,221	+5.3	+2.5	Produits alimentaires et connexes	17
202,695	207,561	260,388	284,466	204,522	+6.1	+15.9	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
54,921	50,689	66,460	58,862	43,806	+2.2	-8.4	Appareils et fournitures photographiques	19
28,082	24,503	29,270	27,108	24,799	-12.6	-27.6	Tissus à la pièce	20
135,577	129,818	138,764	154,748	147,039	-3.7	-3.9	Literie et linge de maison	21
44,671	39,451	44,535	41,168	46,044	-1.2	+3.1	Menus articles	22
92,925	83,388	91,822	97,373	93,193	+1.0	-16.1	Porcelaine et verrerie	23
59,094	54,461	54,344	49,781	54,776	+5.4	-12.2	Revêtements de plancher	24
72,848	72,866	75,403	76,311	73,250	+7.4	-3.2	Tentures, rideaux et housses	25
56,377	65,919	75,621	75,656	53,262	+3.9	+10.1	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
164,184	162,420	179,951	151,221	179,768	+3.1	-15.3	Meubles	27
61,663	61,703	78,446	80,775	74,426	-1.3	+6.3	Gros appareils ménagers	28
157,612	146,567	172,697	181,676	149,533	-4.1	-15.3	Télévision, radio et musique	29
192,066	173,568	180,228	200,634	146,834	-4.2	-11.1	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
143,973	127,890	146,733	138,855	130,912	-8.0	+17.2	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
27,644	27,500	29,249	28,862	33,964	-8.3	-3.6	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
122,027	115,670	141,229	149,624	109,540	+3.9	-9.0	Bijouterie	33
108,873	126,251	151,085	181,040	104,574	+15.4	+78.8	Jouets et jeux	34
128,045	129,385	165,201	153,366	126,179	-5.7	+2.9	Articles de sport et valises	35
147,075	151,325	153,559	189,350	132,241	+6.5	-8.9	Papeterie, livres et revues	36
50,572	46,063	49,132	51,924	62,989	-6.6	+4.5	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
539	458	605	399	166	+34.5	-36.4	Repas et casse-croûtes	38
5,802	5,150	5,593	5,996	5,584	+2.3	+16.1	Services et travaux de réparation	39
63,803	63,363	93,081	91,309	57,384	-16.5	-10.3	Tous autres rayons	40
3,432,564	3,323,718	3,867,841	3,944,469	3,138,618	+3.1	+2.6	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985

Department	1985						
	January	February	March	April	May	June <sup>F</sup>	July <sup>P</sup>
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Jun <sup>F</sup>	Juillet <sup>P</sup>
No.	thousands of dollars						
	milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	45,735	48,351	51,442	50,516	50,524	51,804	52,384
2 Women's and misses' coats and suits	63,109	72,588	75,059	84,334	88,362	74,138	66,194
3 Women's and misses' sportswear	156,229	168,626	165,149	159,828	157,763	160,948	155,736
4 Furs	24,319	23,183	17,231	33,193	31,147	34,044	36,467
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	87,294	81,222	81,633	82,541	86,898	84,837	83,319
6 Girls' and teenage girls' wear	52,472	57,295	55,281	51,922	56,211	53,963	54,023
7 Lingerie and women's sleepwear	52,685	50,921	50,257	50,983	51,767	51,747	50,883
8 Intimate apparel	43,418	43,447	43,864	44,208	44,729	46,973	45,678
9 Millinery	3,225	4,032	3,996	4,601	4,137	4,284	3,264
10 Women's and girls' hosiery	42,233	38,777	39,196	38,929	37,740	37,822	37,510
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	56,562	53,744	52,802	54,450	56,129	57,868	58,875
12 Women's, misses' and children's footwear	104,248	108,220	110,418	106,425	107,544	108,164	107,253
13 Men's clothing	170,022	179,364	175,343	188,419	195,949	193,025	184,851
14 Men's furnishings	171,230	168,225	173,855	181,066	183,273	175,701	159,654
15 Boys' clothing and furnishings	46,768	46,896	47,786	46,066	47,810	50,683	50,104
16 Men's and boys' footwear	68,620	67,613	75,089	72,976	78,804	74,377	74,786
17 Food and kindred products(1)	41,847	35,361	37,872	38,427	35,161	31,444	33,120
18 Toiletries, cosmetics and drugs	234,101	237,087	235,811	234,228	242,028	247,552	249,989
19 Photographic equipment and supplies	56,353	50,418	52,073	49,673	50,384	51,651	51,078
20 Piece goods	21,035	19,459	20,072	19,370	20,974	21,015	18,546
21 Linens and domestics	137,967	131,311	135,121	136,453	136,313	140,496	138,733
22 Smallwares and notions	42,947	41,671	42,114	41,171	43,958	44,782	43,970
23 China and glassware	78,341	78,179	69,539	86,195	81,478	80,038	78,908
24 Floor coverings	51,721	50,635	50,067	49,839	48,962	48,578	50,329
25 Draperies, curtains and furniture coverings	69,592	65,138	65,492	65,554	66,451	67,230	70,228
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	62,811	60,024	58,836	60,995	61,851	63,679	64,158
27 Furniture	157,052	161,100	149,263	142,738	144,663	150,418	152,830
28 Major appliances	67,686	69,887	72,776	72,872	74,810	74,859	73,838
29 Television, radio and music	144,051	143,799	143,539	146,385	144,675	139,470	137,880
30 Housewares and small electrical appliances	166,519	166,956	168,777	166,119	167,449	169,447	166,472
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	133,304	136,677	140,635	142,669	149,175	159,007	156,505
32 Plumbing, heating and building materials	25,569	24,710	30,157	23,107	26,704	31,356	27,965
33 Jewellery	113,695	107,558	110,032	109,837	111,710	114,469	114,835
34 Toys and games	134,627	140,955	144,131	142,071	172,263	183,239	193,616
35 Sporting goods and luggage	140,751	136,655	141,737	138,447	139,970	142,131	139,946
36 Stationery, books and magazines	151,387	151,372	150,936	140,275	140,019	135,373	131,801
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	56,066	55,617	57,004	52,579	53,157	54,737	52,801
38 Meals and lunches(1)	985	539	654	646	597	423	569
39 Repairs and services	5,549	5,890	6,162	6,205	6,249	6,356	6,443
40 All other departments	72,147	64,799	62,522	64,482	77,535	70,685	63,422
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,014,739	2,971,223	3,363,710	3,380,778	3,475,312	3,488,803	3,438,947

(1) Due to the absence of seasonality, the seasonally adjusted data are equal to the unadjusted data.

TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984						Change - Variation		
July	August	September	October	November	December	July/ June 1985	Rayon	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juillet/ juin 1985		N°
Thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
57,360	59,303	58,302	55,305	51,519	51,690	+1.1	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
52,364	55,865	55,365	57,820	57,334	60,646	-10.7	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
163,481	185,800	174,624	170,026	164,708	158,595	-3.2	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
28,012	26,237	22,097	26,924	24,465	23,765	+7.1	Fourrures	4
77,030	91,267	85,017	78,067	83,123	84,064	-1.8	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
44,595	47,761	47,160	49,206	48,746	45,973	+0.1	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
54,514	54,728	53,202	52,728	56,677	52,756	-1.7	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
39,875	41,838	42,224	42,421	43,037	43,629	-2.8	Sous-vêtements	8
3,990	5,044	4,212	3,174	3,272	3,300	-23.8	Chapeaux	9
31,065	34,683	34,364	33,845	35,030	38,213	-0.8	Bas pour dames et fillettes	10
53,336	54,592	55,964	55,499	59,415	62,089	+1.7	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
101,254	112,744	107,702	103,100	105,768	101,735	-0.8	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
162,198	194,243	177,808	177,252	175,846	171,862	-4.2	Vêtements pour hommes	13
139,057	158,454	160,717	164,786	176,792	179,390	-9.1	Articles d'habillement pour hommes	14
41,011	42,384	41,557	43,428	43,446	43,266	-1.1	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
73,579	76,511	76,697	73,421	72,821	70,339	+0.6	Chaussures pour hommes et garçons	16
32,309	27,184	34,765	45,449	51,232	23,221	+5.3	Produits alimentaires et connexes(1)	17
216,819	217,873	227,709	220,511	227,475	218,036	+1.0	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
55,837	55,948	54,870	53,988	52,736	50,988	-1.1	Appareils et fournitures photographiques	19
24,508	26,288	26,183	25,550	25,786	23,485	-11.7	Tissus à la pièce	20
144,183	144,914	149,824	142,174	143,742	138,795	-1.3	Literie et linge de maison	21
42,534	43,390	42,479	43,407	42,959	43,526	-1.8	Menus articles	22
94,004	91,602	89,988	86,530	86,667	80,556	-1.4	Porcelaine et verrerie	23
58,026	58,053	61,841	54,694	53,537	50,665	+3.6	Revêtements de plancher	24
73,219	74,956	78,068	72,640	75,034	70,318	+4.5	Tentures, rideaux et housses	25
58,215	54,681	67,184	63,752	66,364	60,650	+0.8	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
184,422	176,570	180,083	174,170	158,399	157,244	+1.6	Meubles	27
69,078	68,011	69,280	79,508	72,780	66,992	-1.4	Gros appareils ménagers	28
161,247	161,355	161,211	156,062	156,073	148,043	-1.1	Télévision, radio et musique	29
187,505	192,938	181,122	172,777	171,629	162,725	-1.8	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
133,051	140,158	139,001	138,168	137,637	133,263	-1.6	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
29,057	29,418	29,381	29,148	27,405	26,876	-10.8	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
127,508	126,294	127,368	125,262	121,914	118,413	+0.3	Bijouterie	33
111,768	104,869	103,383	96,097	132,107	150,202	+5.7	Jouets et jeux	34
135,186	139,765	135,992	134,860	136,746	138,495	-1.5	Articles de sport et valises	35
140,492	141,121	150,796	135,802	156,139	155,668	-2.6	Papeterie, livres et revues	36
49,789	51,420	48,212	45,518	50,299	54,114	-3.5	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
895	539	458	605	399	166	+34.5	Repas et casse-croûtes(1)	38
5,567	5,655	5,268	5,427	5,607	5,604	+1.4	Services et travaux de réparation	39
67,184	68,485	67,308	74,441	71,360	66,685	-10.3	Tous autres rayons	40
3,304,166	3,426,188	3,318,584	3,872,326	3,955,109	3,132,328	-1.4	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Puisqu'il y a absence de saisonnalité, les données désaisonnalisées sont par conséquent égales aux données non désaisonnalisées.

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4.42	4.38	3.60	3.23	2.15	2.27	3.02
2	Women's and misses' coats and suits	3.68	5.41	3.23	3.60	4.92	5.48	10.13
3	Women's and misses' sportswear	3.87	3.97	3.09	3.07	2.32	2.47	2.78
4	Furs	4.63	5.55	8.75	22.23	74.94	53.93	29.10
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.90	3.72	3.34	3.68	3.58	3.55	4.27
6	Girls' and teenage girls' wear	4.24	5.25	3.15	3.06	3.20	3.41	4.70
7	Lingerie and women's sleepwear	3.73	3.51	3.08	3.47	2.64	2.68	2.51
8	Intimate apparel	5.12	5.23	3.86	3.92	3.54	3.75	3.71
9	Millinery	2.00	3.20	2.16	2.42	2.22	2.27	1.90
10	Women's and girls' hosiery	4.43	4.59	3.61	3.69	3.24	3.65	4.88
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.90	5.28	3.90	4.00	3.15	3.52	4.82
12	Women's, misses' and children's footwear	5.71	6.98	4.87	4.31	3.87	4.30	4.91
13	Men's clothing	5.32	6.79	4.78	5.23	4.94	3.84	5.65
14	Men's furnishings	5.44	5.51	4.25	4.81	4.06	2.72	3.48
15	Boys' clothing and furnishings	5.53	6.19	3.82	3.38	3.23	3.73	5.72
16	Men's and boys' footwear	5.57	6.26	4.76	4.61	4.89	3.81	4.84
17	Food and kindred products	0.81	0.57	0.67	0.61	0.55	0.57	0.66
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.78	4.75	4.47	4.73	4.33	4.45	4.95
19	Photographic equipment and supplies	6.38	6.23	5.38	5.36	4.82	3.86	4.17
20	Piece goods	6.39	5.39	5.20	5.65	5.13	6.34	5.68
21	Linens and domestics	4.09	7.07	5.45	5.92	5.07	4.92	4.32
22	Smallwares and notions	4.12	4.86	4.34	5.74	6.39	6.88	6.55
23	China and glassware	9.44	9.47	6.51	8.83	6.29	7.30	7.41
24	Floor coverings	5.73	5.22	4.25	4.10	3.91	3.96	3.70
25	Draperies, curtains and furniture coverings	7.08	6.21	4.91	4.76	4.17	4.23	4.33
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	10.12	11.11	8.94	8.49	9.91	9.77	8.71
27	Furniture	3.40	4.43	3.31	3.22	3.06	3.03	2.87
28	Major appliances	1.69	2.25	1.79	1.81	1.62	1.54	1.31
29	Television, radio and music	4.07	4.40	3.73	4.38	5.02	4.30	3.94
30	Housewares and small electrical appliances	6.46	5.83	6.05	6.16	5.17	5.43	5.14
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.58	7.28	6.31	4.33	3.35	4.31	4.50
32	Plumbing, heating and building materials	3.52	3.78	4.29	2.54	2.21	2.88	2.29
33	Jewellery	10.08	7.86	5.89	5.85	4.67	5.34	6.18
34	Toys and games	8.98	8.41	6.44	6.91	8.43	8.09	9.07
35	Sporting goods and luggage	6.02	6.86	6.60	6.04	4.85	4.42	4.57
36	Stationery, books and magazines	6.12	5.86	5.29	5.74	5.52	5.23	6.25
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	4.53	5.00	4.66	3.81	3.51	3.48	3.49
38	Meals and lunches	0.05	0.03	0.03	0.03	0.03	0.02	0.03
39	Repairs and services	0.50	0.61	0.53	0.58	0.50	0.54	0.59
40	All other departments	2.36	2.33	2.12	2.15	1.91	1.84	1.69
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.20	4.47	3.77	3.85	3.45	3.44	3.73



TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984						Rayon	N <sup>o</sup>
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
3.85	3.28	3.49	3.99	3.37	2.00	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
8.36	4.42	3.98	3.32	2.50	2.19	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
3.40	3.72	2.65	3.48	3.00	1.72	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
22.18	14.76	7.30	6.50	3.24	3.24	Fourrures	4
4.76	3.42	3.31	3.42	2.99	2.19	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4.51	1.91	2.63	3.72	2.42	1.46	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
3.09	3.39	2.85	3.59	2.75	0.92	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.71	3.76	3.01	4.50	4.27	3.01	Sous-vêtements	8
2.59	3.81	2.30	1.57	1.42	1.30	Chapeaux	9
4.65	4.71	2.64	3.21	3.07	2.22	Bas pour dames et fillettes	10
4.72	4.48	3.19	3.99	2.88	1.34	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
5.45	4.57	3.29	3.74	3.11	2.86	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
5.90	7.00	4.35	5.23	3.45	2.02	Vêtements pour hommes	13
3.68	4.53	3.74	5.00	3.09	1.23	Articles d'habillement pour hommes	14
5.23	1.90	3.03	4.19	2.77	1.44	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
5.86	5.24	4.22	5.15	3.51	2.44	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.62	0.45	0.64	0.77	0.65	0.27	Produits alimentaires et connexes	17
4.72	4.36	4.23	5.02	4.17	1.61	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
4.49	4.08	4.28	5.88	3.77	1.48	Appareils et fournitures photographiques	19
7.60	7.31	5.77	6.46	5.76	6.88	Tissus à la pièce	20
4.66	4.53	4.06	4.96	4.56	3.18	Literie et linde de maison	21
6.85	6.31	3.78	4.65	3.87	3.61	Menus articles	22
8.97	9.93	7.11	7.81	4.82	2.50	Porcelaine et verrerie	23
5.19	5.49	4.39	3.84	3.09	4.58	Revêtements de plancher	24
4.73	5.23	4.68	4.79	4.32	4.30	Tentures, rideaux et housses	25
7.78	7.87	7.90	9.10	5.80	2.59	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3.57	4.08	3.63	3.81	3.16	4.16	Meubles	27
1.38	1.42	1.32	1.66	1.55	1.36	Gros appareils ménagers	28
4.42	4.24	2.75	3.78	3.14	1.68	Télévision, radio et musique	29
5.78	5.82	5.44	5.01	4.23	1.82	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
5.07	5.82	5.76	5.54	4.69	3.69	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
2.45	2.82	2.94	2.83	2.71	2.97	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
7.69	7.20	5.56	7.85	5.01	1.62	Bijouterie	33
5.74	6.10	6.15	4.77	2.92	1.14	Jouets et jeux	34
4.55	5.31	6.23	8.65	5.48	2.64	Articles de sport et valises	35
6.71	4.34	4.70	6.21	4.34	1.78	Papeterie, livres et revues	36
3.18	2.90	3.37	2.50	2.48	2.88	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
0.04	0.03	0.02	0.03	0.02	0.01	Repas et casse-croûtes	38
0.60	0.60	0.51	0.46	0.38	0.41	Services et travaux de réparation	39
2.12	2.29	2.21	2.92	2.49	1.00	Tous autres rayons	40
3.97	3.82	3.42	3.97	3.10	1.80	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.21	0.24	0.31	0.32	0.44	0.39	0.36
2	Women's and misses' coats and suits	0.27	0.21	0.32	0.26	0.19	0.16	0.12
3	Women's and misses' sportswear	0.25	0.27	0.34	0.33	0.42	0.38	0.36
4	Furs	0.21	0.16	0.10	0.06	0.01	0.02	0.04
5	Infants' and children's wear and nursery	0.24	0.26	0.32	0.29	0.27	0.27	0.25
6	Girls' and teenage girls' wear	0.24	0.22	0.34	0.31	0.32	0.26	0.25
7	Lingerie and women's sleepwear	0.27	0.28	0.34	0.31	0.37	0.34	0.40
8	Intimate apparel	0.20	0.18	0.27	0.26	0.28	0.27	0.26
9	Millinery	0.37	0.33	0.40	0.48	0.41	0.41	0.49
10	Women's and girls' hosiery	0.23	0.21	0.29	0.28	0.29	0.26	0.21
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.19	0.19	0.27	0.26	0.30	0.27	0.22
12	Women's, misses' and children's footwear	0.17	0.15	0.23	0.23	0.25	0.22	0.21
13	Men's clothing	0.16	0.16	0.22	0.20	0.20	0.24	0.18
14	Men's furnishings	0.18	0.18	0.25	0.22	0.25	0.32	0.28
15	Boys' clothing and furnishings	0.20	0.17	0.27	0.29	0.30	0.27	0.20
16	Men's and boys' footwear	0.17	0.16	0.24	0.22	0.22	0.23	0.21
17	Food and kindred products	1.60	1.60	1.53	1.66	1.74	1.65	1.55
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.19	0.19	0.23	0.22	0.23	0.22	0.21
19	Photographic equipment and supplies	0.18	0.14	0.20	0.19	0.21	0.26	0.24
20	Piece goods	0.13	0.18	0.22	0.16	0.20	0.16	0.16
21	Linens and domestics	0.23	0.14	0.19	0.18	0.20	0.20	0.23
22	Smallwares and notions	0.22	0.20	0.24	0.19	0.16	0.15	0.15
23	China and glassware	0.09	0.11	0.14	0.13	0.16	0.13	0.14
24	Floor coverings	0.17	0.19	0.24	0.25	0.26	0.25	0.28
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.14	0.15	0.21	0.21	0.24	0.23	0.24
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.10	0.09	0.12	0.12	0.10	0.10	0.12
27	Furniture	0.26	0.23	0.31	0.32	0.32	0.33	0.35
28	Major appliances	0.56	0.46	0.57	0.56	0.61	0.64	0.76
29	Television, radio and music	0.23	0.22	0.28	0.24	0.19	0.23	0.25
30	Housewares and small electrical appliances	0.16	0.16	0.17	0.17	0.19	0.19	0.19
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.17	0.14	0.17	0.24	0.31	0.24	0.21
32	Plumbing, heating and building materials	0.24	0.25	0.28	0.34	0.46	0.37	0.42
33	Jewellery	0.10	0.12	0.18	0.18	0.21	0.18	0.16
34	Toys and games	0.12	0.12	0.16	0.16	0.12	0.13	0.12
35	Sporting goods and luggage	0.16	0.14	0.17	0.18	0.21	0.22	0.21
36	Stationery, books and magazines	0.17	0.16	0.19	0.18	0.18	0.18	0.16
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.20	0.19	0.22	0.26	0.28	0.28	0.28
38	Meals and lunches	33.66	23.12	36.66	31.98	34.28	40.95	48.36
39	Repairs and services	1.97	1.65	1.99	1.76	1.95	1.90	1.71
40	All other departments	0.43	0.40	0.52	0.50	0.57	0.48	0.54
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.23	0.22	0.27	0.26	0.28	0.27	0.26

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984							Rayon	N°
July	August	September	October	November	December			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
0.30	0.30	0.29	0.27	0.28	0.44	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1	
0.17	0.24	0.27	0.31	0.36	0.38	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2	
0.30	0.30	0.36	0.30	0.33	0.48	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3	
0.05	0.07	0.13	0.18	0.28	0.28	Fourrures	4	
0.22	0.30	0.29	0.30	0.33	0.44	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
0.25	0.51	0.38	0.28	0.40	0.53	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
0.33	0.30	0.34	0.32	0.40	0.77	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
0.27	0.27	0.31	0.25	0.25	0.32	Sous-vêtements	8	
0.42	0.31	0.43	0.64	0.83	0.71	Chapeaux	9	
0.22	0.24	0.35	0.33	0.34	0.43	Bas pour dames et fillettes	10	
0.23	0.23	0.32	0.28	0.37	0.60	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11	
0.19	0.23	0.29	0.28	0.31	0.32	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
0.18	0.17	0.21	0.21	0.29	0.43	Vêtements pour hommes	13	
0.26	0.24	0.27	0.23	0.33	0.64	Articles d'habillement pour hommes	14	
0.22	0.45	0.34	0.27	0.34	0.59	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15	
0.17	0.20	0.23	0.21	0.28	0.37	Chaussures pour hommes et garçons	16	
1.57	2.02	1.74	1.47	1.64	2.34	Produits alimentaires et connexes	17	
0.22	0.22	0.24	0.22	0.25	0.52	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18	
0.22	0.24	0.22	0.19	0.25	0.58	Appareils et fournitures photographiques	19	
0.13	0.15	0.16	0.17	0.17	0.14	Tissus à la pièce	20	
0.21	0.22	0.24	0.21	0.23	0.31	Literie et linge de maison	21	
0.15	0.16	0.25	0.23	0.25	0.29	Menus articles	22	
0.12	0.10	0.13	0.13	0.21	0.39	Porcelaine et verrerie	23	
0.20	0.18	0.22	0.26	0.31	0.23	Revêtements de plancher	24	
0.21	0.19	0.21	0.21	0.23	0.23	Tentures, rideaux et housses	25	
0.13	0.12	0.14	0.12	0.17	0.32	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26	
0.28	0.23	0.27	0.28	0.29	0.26	Meubles	27	
0.73	0.68	0.76	0.67	0.65	0.71	Gros appareils ménagers	28	
0.22	0.24	0.35	0.29	0.33	0.54	Télévision, radio et musique	29	
0.17	0.17	0.17	0.20	0.25	0.46	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30	
0.19	0.18	0.16	0.19	0.21	0.26	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31	
0.42	0.36	0.34	0.36	0.37	0.36	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32	
0.13	0.14	0.17	0.14	0.21	0.52	Bijouterie	33	
0.18	0.17	0.17	0.23	0.37	0.64	Jouets et jeux	34	
0.22	0.18	0.16	0.13	0.18	0.34	Articles de sport et valises	35	
0.16	0.22	0.22	0.16	0.25	0.46	Papeterie, livres et revues	36	
0.30	0.36	0.28	0.41	0.41	0.38	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
26.13	30.04	41.68	41.30	52.12	115.53	Repas et casse-croûtes	38	
1.68	1.71	1.83	2.25	2.74	2.36	Services et travaux de réparation	39	
0.47	0.44	0.45	0.41	0.40	0.77	Tous autres rayons	40	
0.25	0.26	0.28	0.27	0.32	0.48	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1983-1985

TABLEAU 28. Comptes à recevoir(1), non désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985

Month	1983	1984	1985	Change from previous month	Change 1985/1984
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1985/1984
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,666,708	1,808,015	1,989,953	-7.6	+10.1
February - Février	1,598,345	1,714,843	1,898,511	-4.6	+10.7
March - Mars	1,565,461	1,695,173	1,884,093	-0.8	+11.1
April - Avril	1,582,875	1,709,386	1,897,041	+0.7	+11.0
May - Mai	1,591,140	1,708,247	1,897,723	--	+11.1
June - Juin	1,585,200	1,719,376	1,887,639	-0.5	+9.8
July - Juillet	1,553,254	1,695,008	1,874,327	-0.7	+10.6
August - Août	1,542,394	1,689,630			
September - Septembre	1,591,826	1,746,901			
October - Octobre	1,631,976	1,799,732			
November - Novembre	1,702,704	1,892,038			
December - Décembre	1,887,032	2,152,727			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

TABLEAU 29. Comptes à recevoir(1), désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985

Month	1983	1984	1985	Change from previous month	Change 1985/1984
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1985/1984
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,582.0	1,716.0	1,888.0	-0.6	+10.0
February - Février	1,601.0	1,658.0	1,902.0	+0.7	+14.7
March - Mars	1,591.0	1,721.0	1,911.0	+0.5	+11.0
April - Avril	1,607.0	1,733.0	1,921.0	+0.5	+10.8
May - Mai	1,623.0	1,741.0	1,932.0	+0.6	+11.0
June - Juin	1,631.0	1,766.0	1,941.0 <sup>T</sup>	+0.5 <sup>T</sup>	+9.9 <sup>T</sup>
July - Juillet	1,632.0	1,779.0	1,965.0 <sup>P</sup>	+1.2 <sup>P</sup>	+10.5 <sup>P</sup>
August - Août	1,631.0	1,789.0			
September - Septembre	1,638.0	1,801.0			
October - Octobre	1,653.0	1,825.0			
November - Novembre	1,661.0	1,848.0			
December - Décembre	1,665.0	1,900.0			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 30. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1983-1985

TABLEAU 30. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1983-1985

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		\$'000	%	\$'000	%
<b>1983:</b>					
January - Janvier	206.6	623,021	+3.8	301,559	-0.2
February - Février	213.2	603,808	+4.5	283,212	+0.3
March - Mars	211.9	787,544	+13.5	371,658	+9.3
April - Avril	215.4	775,226	-1.7	359,901	-5.8
May - Mai	215.8	842,133	+3.5	390,238	--
June - Juin	214.9	920,150	+16.3	428,176	+12.3
July - Juillet	212.9	813,746	+6.5	382,220	+2.9
August - Août	213.8	850,885	+9.7	397,982	+6.3
September - Septembre	211.1	922,067	+7.1	436,792	+4.1
October - Octobre	214.3	922,014	+7.3	430,245	+4.2
November - Novembre	215.1	1,138,763	+6.1	529,411	+3.0
December - Décembre	213.6	1,731,121	+7.6	810,450	+5.0
Year - Année	213.4	10,930,478	+7.1	5,121,844	+3.6
<b>1984:</b>					
January - Janvier	214.3	649,626	+4.3	303,139	+0.5
February - Février	218.7	659,594	+9.2	301,598	+6.5
March - Mars	217.1	806,999	+2.5	371,718	--
April - Avril	220.4	843,022	+8.7	382,496	+6.3
May - Mai	222.0	930,389	+10.5	419,094	+7.4
June - Juin	220.1	941,728	+2.3	427,864	-0.1
July - Juillet	218.4	806,592	-0.9	369,319	-3.4
August - Août	218.9	872,423	+2.5	398,549	+0.1
September - Septembre	215.2	947,365	+2.7	440,225	+0.8
October - Octobre	220.0	957,060	+3.8	435,027	+1.1
November - Novembre	220.5	1,254,292	+10.1	568,840	+7.4
December - Décembre	218.0	1,715,800	-0.9	787,064	-2.9
Year - Année	218.7	11,384,890	+4.2	5,204,933	+1.6
<b>1985:</b>					
January - Janvier	219.9	692,108	+6.5	314,738	+3.8
February - Février	220.5	647,065	-1.9	293,454	-2.7
March - Mars	222.6	849,077	+5.2	381,436	+2.6
April - Avril	224.6	901,404	+6.9	401,337	+4.9
May - Mai	227.7	990,625	+6.5	435,057	+3.8
June - Juin	225.8	928,157	-1.4	411,053	-3.9
July - Juillet	224.1	875,654	+8.6	390,743	+5.8
August - Août					
September - Septembre					
October - Octobre					
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					



TABLE 31. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1985

Department		Sales - Combined Seasonal and Trading Day Factors			
		Ventes - Coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux			
		MCD in July	June <sup>R</sup>	July <sup>P</sup>	August(1)
No.		MDC en Juillet	Juin <sup>R</sup>	Juillet <sup>P</sup>	Août(1)
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	114.83	94.09	101.84
2	Women's and misses' coats and suits	8	43.66	42.16	107.52
3	Women's and misses' sportswear	4	101.00	85.95	99.84
4	Furs	12	16.75	38.31	61.82
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	90.02	85.78	112.59
6	Girls' and teenage girls' wear	4	88.11	75.13	155.53
7	Lingerie and women's sleepwear	4	88.68	82.40	80.70
8	Intimate apparel	4	105.60	96.29	100.90
9	Millinery	8	59.35	60.74	62.13
10	Women's and girls' hosiery	4	84.95	65.22	80.32
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	77.53	62.76	76.32
12	Women's, misses' and children's footwear	5	95.54	75.59	101.39
13	Men's clothing	4	101.48	68.14	83.91
14	Men's furnishings	5	110.71	78.22	77.24
15	Boys' clothing and furnishings	6	85.06	75.78	155.26
16	Men's and boys' footwear	6	108.01	82.30	93.89
17	Food and kindred products	4	87.08	84.72	103.38
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	86.12	84.22	90.12
19	Photographic equipment and supplies	4	101.99	98.38	106.17
20	Piece goods	6	87.28	83.01	104.03
21	Linens and domestics	3	95.92	105.83	103.85
22	Smallwares and notions	4	76.22	82.54	87.08
23	China and glassware	5	76.67	80.19	79.77
24	Floor coverings	6	96.79	107.74	94.71
25	Draperies, curtains and furniture coverings	4	106.22	108.61	98.75
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	76.02	88.71	86.02
27	Furniture	5	107.06	120.64	103.86
28	Major appliances	5	104.83	116.01	101.03
29	Television, radio and music	5	74.19	83.40	87.06
30	Housewares and small electrical appliances	3	91.64	91.35	93.60
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	122.79	100.63	94.56
32	Plumbing, heating and building materials	6	119.66	116.54	99.60
33	Jewellery	3	84.10	75.11	79.87
34	Toys and games	4	61.54	65.12	65.07
35	Sporting goods and luggage	3	125.38	114.17	94.13
36	Stationery, books and magazines	4	80.41	76.02	109.83
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	101.66	94.74	101.10
38	Meals and lunches	3	93.85	93.55	100.68
39	Repairs and services	6	95.67	88.68	91.49
40	All other departments	5	109.62	94.07	91.98
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	94.28	87.83	95.33

(1) Seasonal and trading day factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the appendix IV (on page 47).

(2) Seasonal factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the appendix IV (on page 47).

TARLEAU 31. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1985

Stocks - Seasonal Factors

Stocks - Coefficients de corrections des variations saisonnières

				Rayon	N°
MCD in July	June <sup>F</sup>	July <sup>P</sup>	August(2)		
MDC en Juillet	Juin <sup>F</sup>	Juillet <sup>P</sup>	Août(2)		
4	84.89	99.33	90.99	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
4	58.49	108.25	123.82	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
3	89.92	93.55	102.83	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
5	89.19	95.53	100.99	Fourrures	4
4	94.35	111.99	102.73	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4	87.21	119.01	104.69	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
4	87.73	89.56	96.61	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3	94.99	93.10	94.83	Sous-vêtements	8
5	60.83	69.45	86.52	Chapeaux	9
4	91.66	93.25	109.78	Bas pour dames et fillettes	10
3	80.20	88.27	93.77	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
3	93.85	96.55	100.19	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
4	86.18	90.62	118.21	Vêtements pour hommes	13
3	87.76	91.50	98.20	Articles d'habillement pour hommes	14
4	87.10	124.56	91.20	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
4	93.52	98.33	101.28	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	...	...	...	Produits alimentaires et connexes	17
4	93.04	97.76	93.48	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
4	97.78	101.02	97.93	Appareils et fournitures photographiques	19
4	96.63	95.75	107.53	Tissus à la pièce	20
3	101.31	98.78	94.14	Literie et linge de maison	21
4	108.84	109.49	103.36	Menus articles	22
3	95.76	98.15	102.35	Porcelaine et verrerie	23
3	104.02	105.82	102.09	Revêtements de plancher	24
3	97.43	100.17	98.17	Tentures, rideaux et housses	25
4	97.27	100.30	103.68	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3	101.01	102.54	93.21	Meubles	27
4	94.25	94.30	90.29	Gros appareils ménagers	28
3	99.19	96.19	97.82	Télévision, radio et musique	29
3	102.89	100.28	100.14	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
3	110.25	103.03	103.36	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
3	91.97	94.61	94.60	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
3	95.40	98.82	97.15	Bijouterie	33
4	86.71	94.70	103.17	Jouets et jeux	34
4	102.18	97.87	91.67	Articles de sport et valises	35
3	98.76	107.99	103.55	Papeterie, livres et revues	36
5	96.57	93.47	97.94	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...	...	...	...	Repas et casse-croûtes	38
5	100.52	101.47	102.91	Services et travaux de réparation	39
6	97.37	90.62	93.05	Tous autres rayons	40
...	...	...	...	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Prévision des coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV (à la page 47).

(2) Prévision des coefficients de corrections des variations saisonnières. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV (à la page 47).



## APPENDIX

## APPENDICES





APPENDIX I

DEFINITIONS

Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics and sells the following general lines of merchandise:

**Family clothing and apparel.** This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least **six** of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

**Furniture, appliance and home furnishings.** This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least **four** of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

APPENDICE I

DÉFINITIONS

Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et des services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes et vend les catégories de marchandises suivantes:

**Vêtements pour la famille.** Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **six** des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent se faire dans le groupe de vêtements pour la famille.

**Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.** Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine et verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; gros appareils, télévision, radio et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **quatre** des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

**All other (miscellaneous).** This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, **such as:** toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

### Total Net Sales and Receipts

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

### Stocks

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

### Accounts Receivable

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

### Junior Department Store

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

**Tous autres articles (divers).** Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, **telles que:** articles de toilette, cosmétiques et médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

### Ventes et recettes nettes totales

Les ventes et recettes nettes totales sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

### Stocks

Les stocks englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

### Comptes à recevoir

Par comptes à recevoir on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

### Grand magasin populaire

Les grands magasins populaires sont définis comme étant des points de vente au détail qui offrent la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

## APPENDIX II

### METHODOLOGY

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The **monthly stock values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The **monthly accounts receivable values**, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

## APPENDICE II

### MÉTHODOLOGIE

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le **chiffre des stocks mensuels par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le **chiffre des comptes à recevoir mensuel** pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtes retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.





## APPENDIX III

### DATA RELIABILITY

#### Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

**Coverage error.** This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

**Data response error.** This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

**Non-response error.** Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

**Processing error.** These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

## APPENDICE III

### FIABILITÉ DES DONNÉES

#### Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

**Le champ couvert par l'enquête.** L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

**La réponse.** Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un interviewer à l'autre dans le mode de communication retenu, lorsqu'il s'agit d'expliquer des questions et d'interpréter des réponses.

**La non-réponse.** Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables et encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

**Le traitement.** L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.



Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

### Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the response rate is based on (1) the survey unit - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) the organizational unit - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example,

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. En ce qui concerne les estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreurs. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

### Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'enquête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins.

a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte des deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1985  
July

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1985  
Juillet

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	57.9	86.6
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	42.1	58.7
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	100.0	100.0



## APPENDIX IV

### SEASONAL ADJUSTMENT

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time."(1) In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal (variations) and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method(2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times.(3) These procedures, used to deter-

## APPENDICE IV

### DÉSAISONNALISATION

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps"(1). L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI(2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et retrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises(3). Ces étapes déterminant les

(1) "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," *Canada Statistical Review*, August 1974.

(2) For further information see the *X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method*, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

(3) See next page.

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la *Revue statistique du Canada*, Août 1974.

(2) Pour plus ample information voir *La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI*, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, no. 12-564F au catalogue, hors série.

(3) Voir page suivante.



mine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are, since May 1983, executed every month instead of once a year. This permits us to update each month the reference series from which we derive the final estimations of the seasonal factors with the previous month's revised data.

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.<sup>(3)</sup> The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Commencing with March 1984, the Canada seasonally adjusted total is now derived "indirectly" by the summation of the 40 individually seasonally adjusted departments. Previously, this total was derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly".<sup>(4)</sup> Also in March 1984, the

facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales, sont depuis mai 1983, exécutées à chaque mois au lieu d'une seule fois par an. Il nous est donc possible de mettre à jour mensuellement les séries de référence desquelles on dérive les estimations finales des facteurs saisonniers, en employant les données les plus récentes disponibles.

Rien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois à dominance cyclique, ou MDC.<sup>(3)</sup> Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, il s'agit de la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Depuis mars 1984, le total désaisonnalisé au niveau du Canada est dérivé de "façon indirecte" en faisant la somme des 40 rayons désaisonnalisés séparément au préalable. Auparavant, ce total était obtenu en désaisonnant de "façon directe" les données brutes du total, au niveau du Canada<sup>(4)</sup>. De plus, la désaisonnalisation inter-

(3) See Table 31.

(4) Refer to: Lothian, J. and Morry, M. (1977): The Problem of Aggregation; Direct or Indirect, Ottawa: Seasonal Adjustment and Time Series Analysis Division, Statistics Canada.

(3) Voir tableau 31.

(4) Consulter: Lothian, J. et Morry, M. (1977): Aggrégation directe ou indirecte, Ottawa, Division des séries chronologiques, de la recherche et de l'analyse, Statistique Canada.



end-point seasonal adjustment method was adopted. For the period May 1983 to February 1984, a modified version of the "end-point seasonal adjustment" method, employing a projected factor for the current month only, was utilized. Prior to May 1983, seasonally adjusted data were derived on a monthly basis by employing projected seasonal factors (forecasted one year in advance) calculated once a year.

## REVISION PROCEDURES

Due to the fact that statistical surveys are subject to different type of errors (as described previously in this section) and that to obtain a 100% response rate each month under a data collection program by mail would prove to be very difficult (almost impossible sometimes) and costly, results must be revised on an ongoing basis as new information is received, enabling us to update our statistical series accordingly.

Revisions of two different types are made in regard to the Department Store Sales and Stocks Survey: **the first relates to the way data are gathered while the second results from the seasonal adjustment procedures.** In the first type of revision, corrections apply only to the previous year data. They are conducted after the end of the year and, consequently, the revised figures are published in the March issue of the following year of the present bulletin. The second type of revisions are both monthly and annual. In the case of the monthly revisions, the corrected figures for the current month (June for example), are published in the following month issue of the present catalogue (July), while the annual revisions are published once a year in the March issue.

Generally, revised data are indicated with an "r" beside the name of the month to which they apply, in order to inform the user of these changes.

polative a été adoptée en mars 1984. Pour la période s'échelonnant de mai 1983 à février 1984, on a utilisé une version modifiée de la désaisonnalisation interpolative, employant une prévision du facteur de désaisonnalisation pour le mois courant seulement. Avant mai 1983, les données désaisonnalisées étaient dérivées sur une base mensuelle, à l'aide de prévisions (une année à l'avance) des facteurs saisonniers calculés une fois par année.

## PROCÉDURES DE RÉVISION

Puisque les enquêtes statistiques sont sujettes à différents types d'erreurs (telles qu'explicitées précédemment dans cette section) et qu'il serait très coûteux et difficile (pratiquement impossible parfois) d'atteindre, à partir d'un programme de collecte de données par la poste, un taux de réponse de 100%, il faut donc réviser les résultats sur une base régulière afin de mettre à jour les séries statistiques en découlant, à mesure que de nouvelles informations nous sont transmises.

On compte donc des révisions de deux types en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins: **les premières sont liées à la façon dont les données sont produites tandis que les secondes résultent de la procédure de désaisonnalisation.** Les révisions du premier type ne se rapportent qu'aux seules données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les révisions du deuxième type sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas de celles mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (soit juin par exemple) sont ajoutées à la publication du mois suivant (juillet) tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une fois l'an, dans le bulletin de mars.

En général, on avise l'utilisateur de ces changements, en inscrivant un "r" à coté du nom du mois auquel on applique des révisions.

## NUMBER OF SHOPPING DAYS

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

## NOMBRE DE JOURS COMMERCIAUX

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif II donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

TEXT TABLE II. Number of Shopping Days, by Month, 1984 and 1985

TABLEAU EXPLICATIF II. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1984 et 1985

	1985		1984	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	26	4	26	4
February - Février	24	4	25	4
March - Mars	26	5	27	5
April - Avril	25	4	24	4
May - Mai	26	4	26	4
June - Juin	25	5	26	5
July - Juillet	26	4	26	4
August - Août	26	5	26	4
September - Septembre	24	4	24	5
October - Octobre	26	4	26	4
November - Novembre	26	5	26	4
December - Décembre	25	4	25	5

## APPENDIX V

### CONSTANT DOLLAR ESTIMATES

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Table 30), estimates of sales by department group are deflated using department group implicit price indices supplied by the Industry Product Division of Statistics Canada. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

### DATA CONFIDENTIALITY

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business.(5) The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld on this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information from selected regions (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential, form. For example, in many cases the data for the Northwest Territories and the Yukon are included with the British Columbia data.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

(5) See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

## APPENDICE V

### ESTIMATIONS EN DOLLARS CONSTANTS

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau 30), les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées au moyen des indices implicites de prix appropriés fournis par la Division du produit industriel de Statistique Canada. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

### CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de cette dernière(5). Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un X aux différents postes visés dans la publication.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) pour certaines régions (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple dans bien des cas, les données relatives aux Territoires du Nord-Ouest et du Yukon sont incluses avec celles de la Colombie-Britannique.

Ainsi, par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement en fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

(5) Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.

## EXPLANATORY NOTES

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios(6) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios(7) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

## NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes(6) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks(7) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

(6) See Table 26.

(7) See Table 27.

(6) Voir tableau 26.

(7) Voir tableau 27.



## APPENDIX VI - APPENDICE VI

### LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

#### MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland  
Baine Johnstone & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 4100, St. John's, Newfoundland  
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario (Closed July 1984 - Fermée Juillet 1984)  
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario  
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario(1)  
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island  
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon(2)  
Hougens Watson Lake 84, Box 97, Watson Lake, Yukon(2)  
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec  
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario(2)  
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan  
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario  
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec  
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario (Closed February 1983 - Fermée février 1983)  
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario  
Simpsons Ltd., 176 Yonge St., Toronto, Ontario  
Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario  
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario  
Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

#### JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario  
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario (Closed January 1984 - Fermée janvier 1984)  
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec  
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario  
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario(2)  
Zeller's Ltd., 5250 Décarie Blvd., Montréal, Québec

(1) Goudies Ltd. has been reclassified to the "Family Clothing" trade group as of January 1, 1985.

(1) Goudies Ltd. est reclassifié au groupe des magasins de "vêtements pour famille" depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1985.

(2) All department stores in the Yukon and Northwest Territories have been reclassified to the "General Merchandise" trade group as of January 1, 1985.

(2) Tous les grands magasins du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest sont reclassifiés à d'autres genres de commerce du groupe des magasins de "Marchandises diverses" depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1985.



## SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Industry Division in the Retail Trade sector.

### Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil. 36 pp. First Issue, 1938. (ISSN 0380-7045).

Total sales and number of outlets, by province and selected metropolitan area, and sales and inventories by department, Canada.

- 63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil. 1 pp. First Issue, 1950. (ISSN 0709-8650).

Total sales and percentage changes of sales by region.

- 63-005 Retail Trade. M. Bil. Approx. 65 pp. First Issue, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total retail sales by province and kind of business, for chain and independent stores; seasonally adjusted sales, Canada.

- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil. Approx. 15 pp. First Issue, 1932. (ISSN 0705-5595).

Number and value of new passenger cars, trucks and buses sold by province and by origin (Canada and U.S. or imported). Monthly unit sales, by type and origin, seasonally adjusted.

- 63-014 Merchandising Inventories. M. Bil. 24 pp. First Issue, 1972. (ISSN 0380-7177).

Inventories and stocks/sales ratios, by type of trade for wholesale, by department for department stores, by kind of business for chain stores and independent stores: quarterly percentage changes for independent stores by kind of business.

- 63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil. Approx. 74 pp. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total retail sales by chain and department stores by province, selected localities and kind of business including data on floor area, inventory and accounts receivable.

## CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division de l'industrie.

### Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938. (ISSN 0380-7045).

Ventes totales et nombre de points de vente par provinces et certaines régions métropolitaines, ventes et stocks par rayon, Canada.

- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil. 1 page. Premier numéro, 1950. (ISSN 0709-8650).

Variations en pourcentage et ventes par région.

- 63-005 Commerce de détail. M. Bil. Environ 65 pages. Premier numéro, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total des ventes au détail par province et genre de commerce, pour les magasins à succursales et les magasins indépendants; chiffres désaisonnalisés, Canada.

- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil. Environ 15 pages. Premier numéro, 1932. (ISSN 0705-5595).

Nombre et valeur des voitures particulières, des camions et des autobus neufs vendus par province et par lieu d'origine (Canada et É.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

- 63-014 Stocks commerciaux. M. Bil. 24 pages. Premier numéro, 1972. (ISSN 0380-7177).

Stocks et rapports stocks/ventes, par genre de commerce pour le commerce de gros, par rayon pour les grands magasins et par genre de commerce pour les magasins à succursales et magasins indépendants: variations trimestrielles en pourcentage pour les magasins indépendants suivant le genre de commerce.

- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil. Environ 74 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins selon la province, certaines agglomérations et le genre de commerce, incluant des données sur la superficie totale, les stocks, et les comptes à recevoir.

## Catalogue

- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil. 21 pp. First Issue, 1958. (ISSN 0527-6411).

Sales of merchandise through automatic vending machines, by type of machine and by location, Canada and provinces.

- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil. 14 pp. First Issue, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Sales of various commodities by method of distribution: by personal selling, by mail, from premises, etc.

- 63-219 Campus Book Stores. A. Bil. Approx. 8 pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Retail sales by type of commodity, employees and payroll, by region or province for academic years.

- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil. 700 pp. First Issue, 1975. (ISSN 0590-9325).

The data covers such topics as general economic indicators, population characteristics, personal income and expenditure and household facilities.

- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil. 695 pp. (ISBN 0-660-506-13-0).

The publication provides revised retail trade estimates for the years 1972 to 1979, both unadjusted and seasonally adjusted and also sections on definitions, concepts, classifications, methodology and data reliability.

- Operating Results - Retail Trade. O. Bil. 29 pp. First Issue, 1974.

The following publications in the Operating Results series contain ratios (percentages of net sales) for: purchases, inventories, cost of goods sold, gross profit, operating expense items and net profit.

## Catalogue

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1981

- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977

## Catalogue

- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil. 21 pages. Premier numéro, 1958. (ISSN 0527-6411).

Ventes de marchandise par distributeurs automatiques selon le genre de machine et l'emplacement, Canada et provinces.

- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil. 14 pages. Premier numéro, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Ventes de divers produits, par mode de distribution: par démarchage, par la poste, chez le fabricant, etc.

- 63-219 Librairies de campus. A. Bil. Environ 8 pages. Premier numéro, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Ventes au détail par type de produits, ainsi que le nombre d'employés et la paye, par région ou province pour les années scolaires.

- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A. Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975. (ISSN 0590-9325).

Les données portent sur des sujets tels que les indicateurs économiques généraux, les caractéristiques de la population, le revenu et les dépenses des particuliers et l'équipement ménager.

- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S. Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0).

Cette publication contient des données brutes et désaisonnalisées, révisées de 1972 à 1979, des sections sur les définitions, les concepts, la classification, la méthodologie et la fiabilité des données.

- Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H.S. Bil. 29 pages. Premier numéro, 1974.

Les publications suivantes de la série des Résultats de l'exploitation contiennent des ratios (pourcentages des ventes nettes) pour les achats, les stocks, le coût des biens vendus, les bénéfices bruts, les dépenses d'exploitation et les bénéfices nets.

## Catalogue

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1981

- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977

## Catalogue

- 63-607 Retail Drug Stores, 1981
- 63-608 Retail Florists, 1981
- 63-609 Retail Jewellery Stores, 1981
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
- 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A. - Annual Bil. - Bilingual  
O. - Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada \$5.00, Other Countries \$6.00.

## Catalogue

- 63-607 Pharmacies au détail, 1981
- 63-608 Fleuristes détaillants, 1981
- 63-609 Bijouteries au détail, 1981
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
- 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. - Mensuel A. - Annuel Bil. - Bilingue  
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Nº 11-204F, prix Canada \$5.00, Autres pays \$6.00.





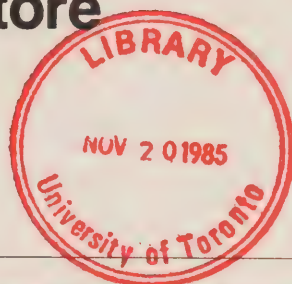






# Department store sales and stocks

August 1985



# Ventes et stocks des grands magasins

Août 1985



## Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

## How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,  
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 990-9656) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)
Credit card only (973-8018)	

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 2-2015

## How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)990-8114  
1(613)990-8115

## Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,  
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 990-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)
Carte de crédit seulement (973-8018)	

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 2-2015

## Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)990-8114  
1(613)990-8115

**Statistics Canada**

Industry Division  
Retail Trade Section

# Department store sales and stocks

August 1985

Published under the authority of  
the Minister of Supply and  
Services Canada

© Minister of Supply  
and Services Canada 1985

November 1985  
5-3406-503

Price: Canada, \$13.00, \$130.00 a year  
Other Countries, \$14.00, \$140.00 a year

Payment to be made in Canadian funds or equivalent

Catalogue 63-002, Vol. 50, No. 8

ISSN 0380-7045

Ottawa

**Statistique Canada**

Division de l'industrie  
Section du commerce de détail

# Ventes et stocks des grands magasins

Août 1985

Publication autorisée par  
le ministre des Approvisionnements et  
Services Canada

© Ministre des Approvisionnements  
et Services Canada 1985

Novembre 1985  
5-3406-503

Prix: Canada, \$13.00, \$130.00 par année  
Autres pays, \$14.00, \$140.00 par année

Paiement en dollars canadiens ou l'équivalent

Catalogue 63-002, vol. 50, n° 8

ISSN 0380-7045

Ottawa



## SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

## NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

## A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM Division staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-990-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- . D. Desjardins, director, Industry Division
- . A.R. Tanner, chief, Retail Trade Section, Industry Division

## SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

## NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

## NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de la Division CANSIM, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-990-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- . D. Desjardins, directeur, Division de l'industrie
- . A.R. Tanner, chef, Section du commerce de détail, Division de l'industrie

## TABLE OF CONTENTS

	Page
<b>Introduction</b>	vii
<b>Charts</b>	
1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	viii
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	viii
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1983-1985	ix
4. Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1983-1985	x
5. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Canada, 1983-1985	x
6. Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xi
<b>Highlights</b>	xiii

## **Table**

1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985	2
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	8

## TABLE DES MATIÈRES

	Page
<b>Introduction</b>	vii
<b>Graphiques</b>	
1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1983-1985	viii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1983-1985	viii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1983-1985	ix
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1983-1985	x
5. Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	x
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations	xi
<b>Points saillants</b>	xiii

## **Tableau**

1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	2
2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1984 et 1985	4
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1984 et 1985	6
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	6
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	8
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	8

## TABLE OF CONTENTS - Continued

	Page
<b>Table</b>	
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	19
17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	19
18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	20
19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	20
20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	21
21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	21

## TABLE DES MATIÈRES - suite

	Page
<b>Tableau</b>	
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	10
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	10
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1984 et 1985	12
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	12
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	14
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	14
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	16
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	16
15. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	18
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1984 et 1985	19
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	19
18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	20
19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	20
20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	21
21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	21

# TABLE OF CONTENTS - Concluded

Table	Page
22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1983-1985	22
23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1983-1985	23
24. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1984 and 1985	24
25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985	26
26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985	28
27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, 1984 and 1985	30
28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1983-1985	32
29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	32
30. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1983-1985	33
31. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1985	34
<b>Appendix</b>	
I. Definitions	39
II. Methodology	41
III. Data Reliability	43
IV. Seasonal Adjustment	47
Revision Procedures	49
Number of Shopping Days	50
V. Constant Dollar Estimates	51
Data Confidentiality	51
Explanatory Notes	52
VI. List of Department Store Organizations	53
<b>Selected Publications</b>	

# TABLE DES MATIÈRES - fin

Tableau	Page
22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1983-1985	22
23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1983-1985	23
24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	24
25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1984 et 1985	26
26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	28
27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	30
28. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	32
29. Comptes à recevoir, désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	32
30. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1983-1985	33
31. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1985	34
<b>Appendice</b>	
I. Définitions	39
II. Méthodologie	41
III. Fiabilité des données	43
IV. Désaisonnalisation	47
Procédures de révision	49
Nombre de jours commerciaux	50
V. Estimations en dollar constants	51
Confidentialité des données	51
Notes explicatives	52
VI. Liste des organisations de grands magasins	53
<b>Choix de publications</b>	





## INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division (formerly Merchandising and Services Division), to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

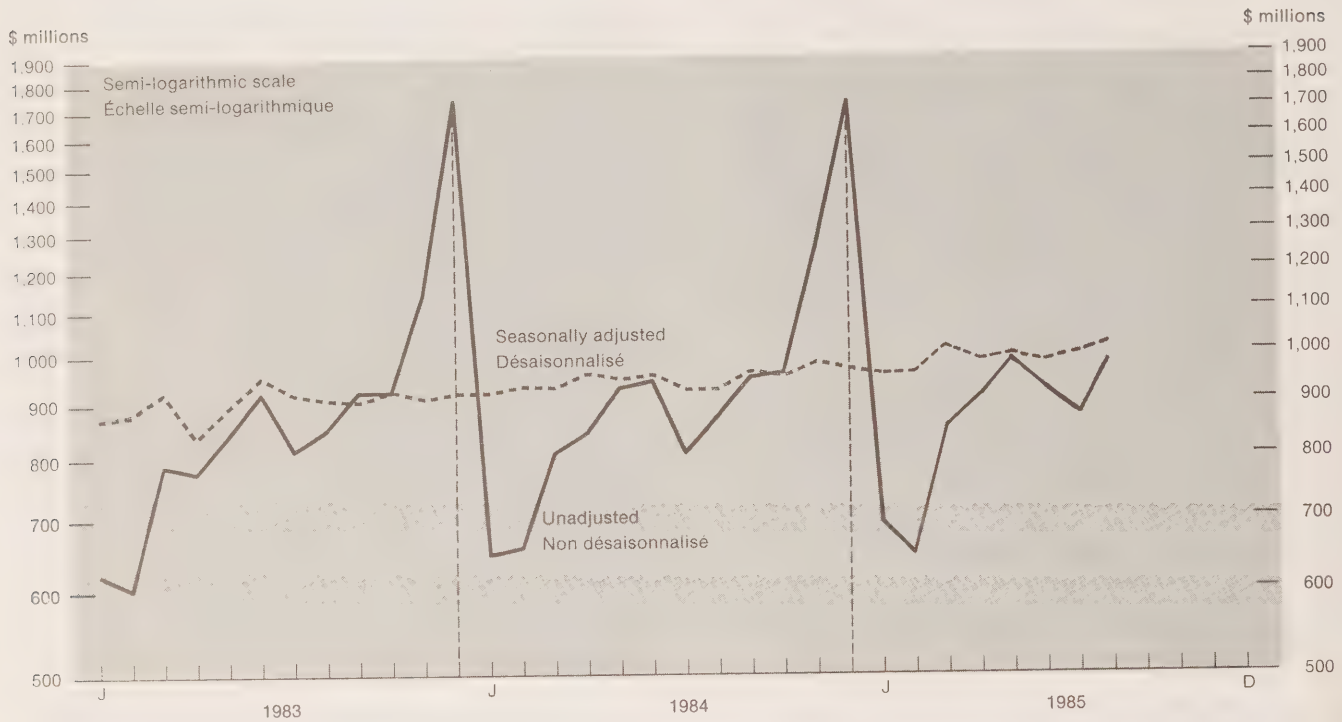
Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie, (anciennement Division du commerce et des services). (Le recensement mesure également les activités des "établissements", toutefois cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Chart — 1

# Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

## Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1983-1985



Graphique — 2

Chart — 2

# Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

## Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1983-1985

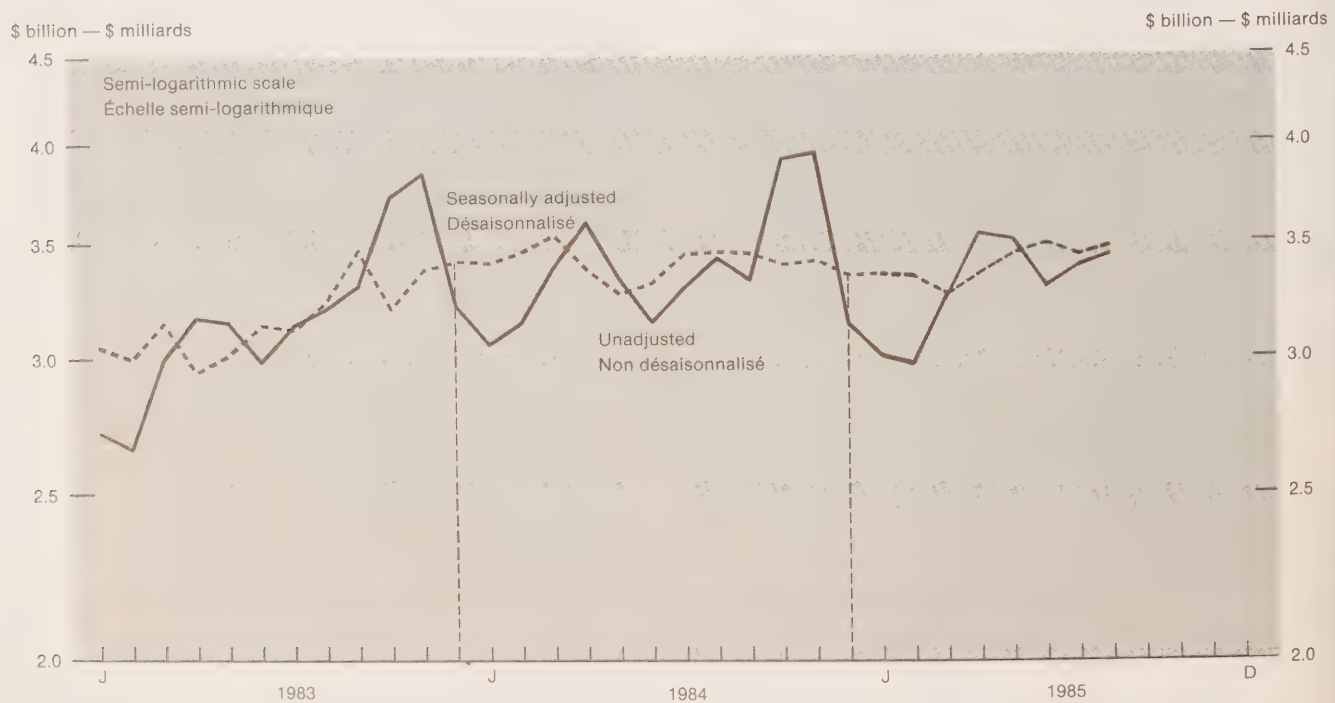


Chart — 3

Graphique — 3

Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1983-1985

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1983-1985

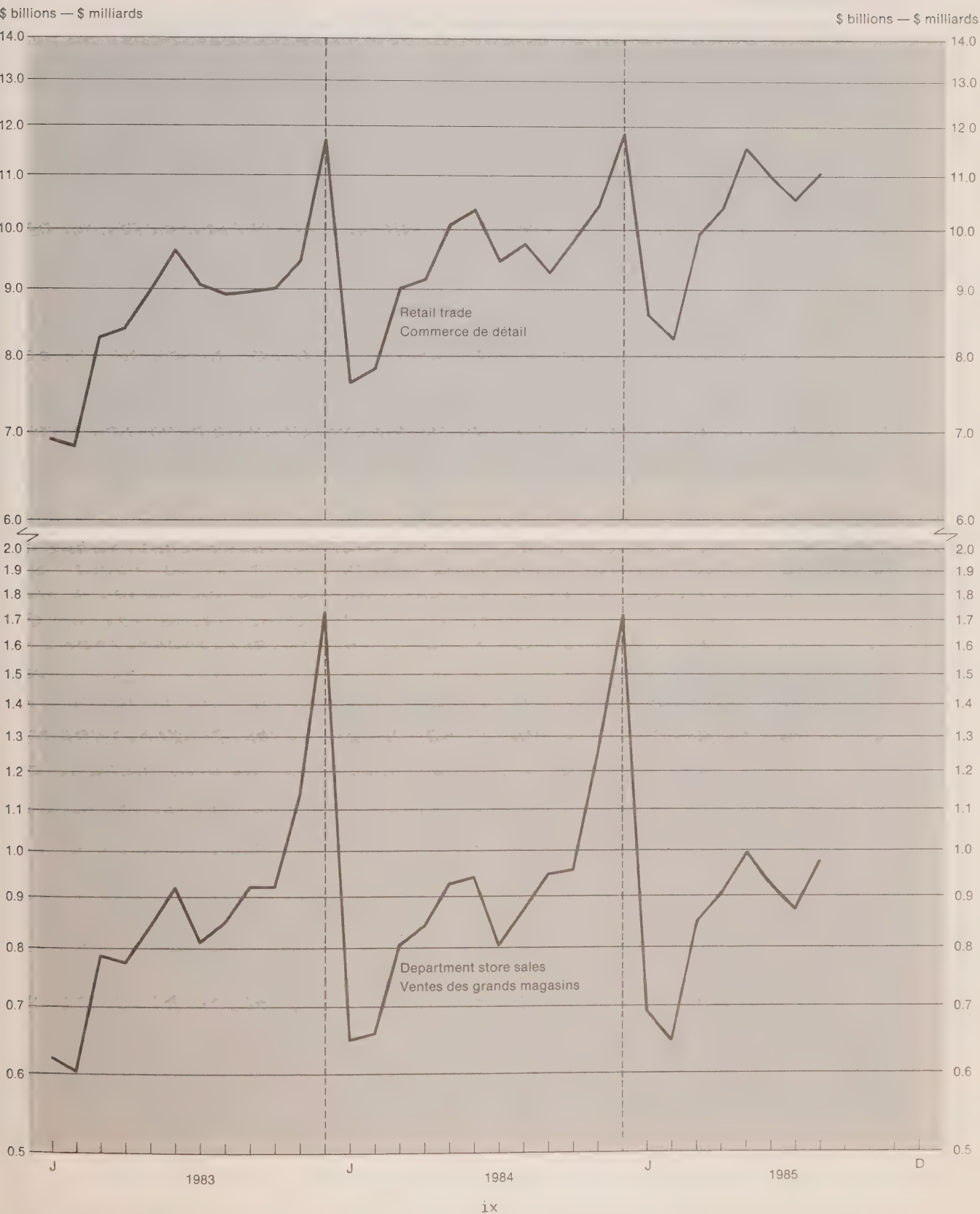


Chart — 4

Graphique — 4

**Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1983-1985**

**Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1983-1985**

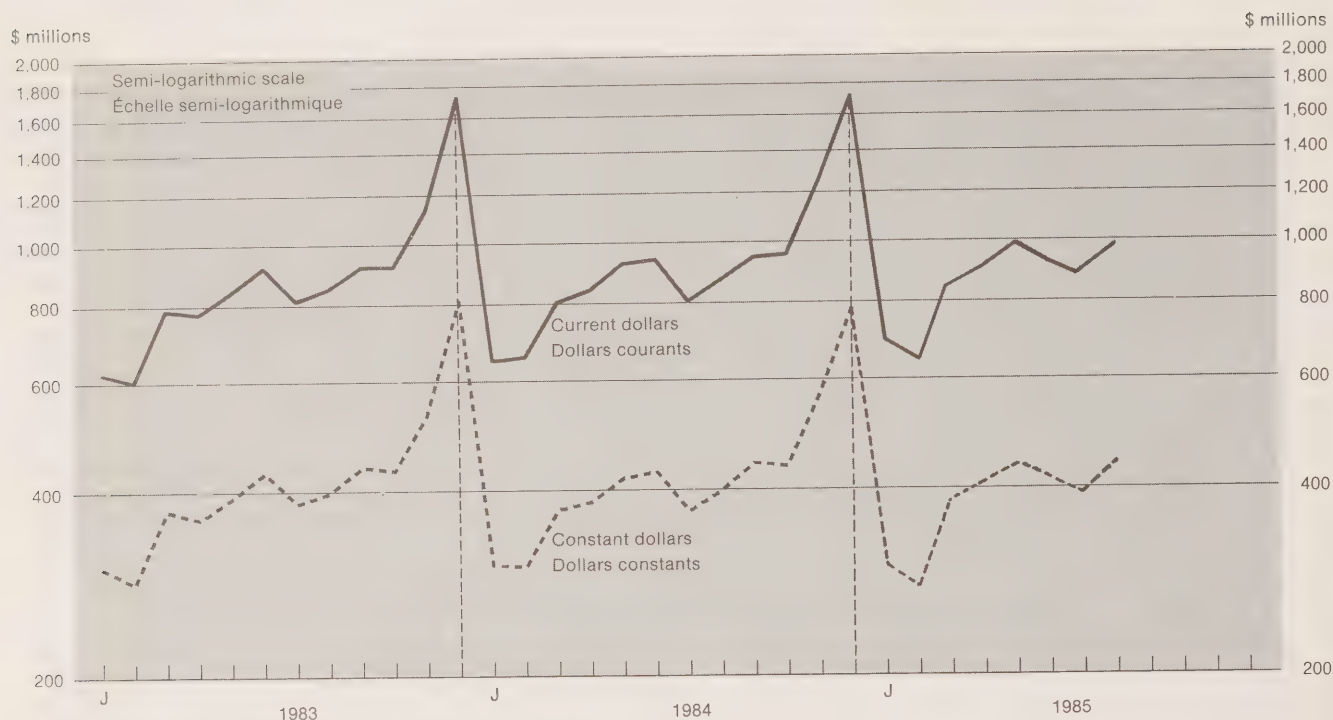


Chart — 5

Graphique — 5

**Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1983-1985**

**Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985**

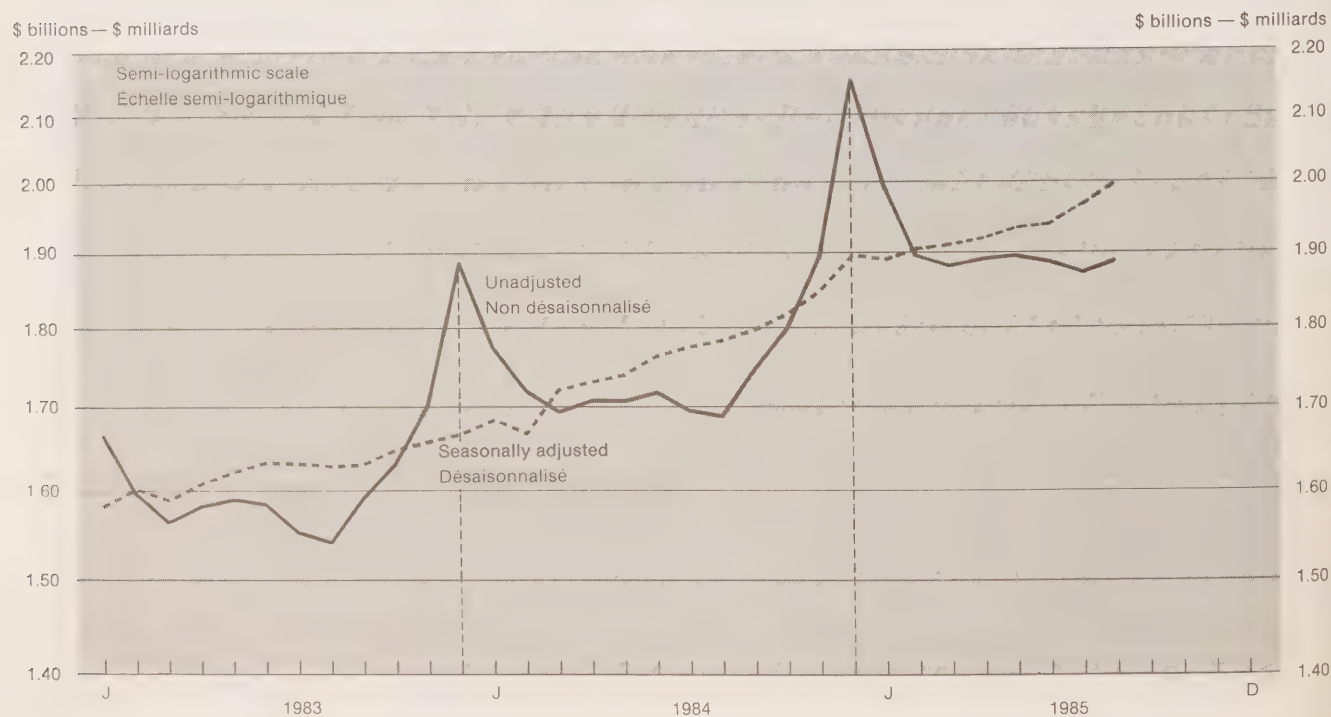
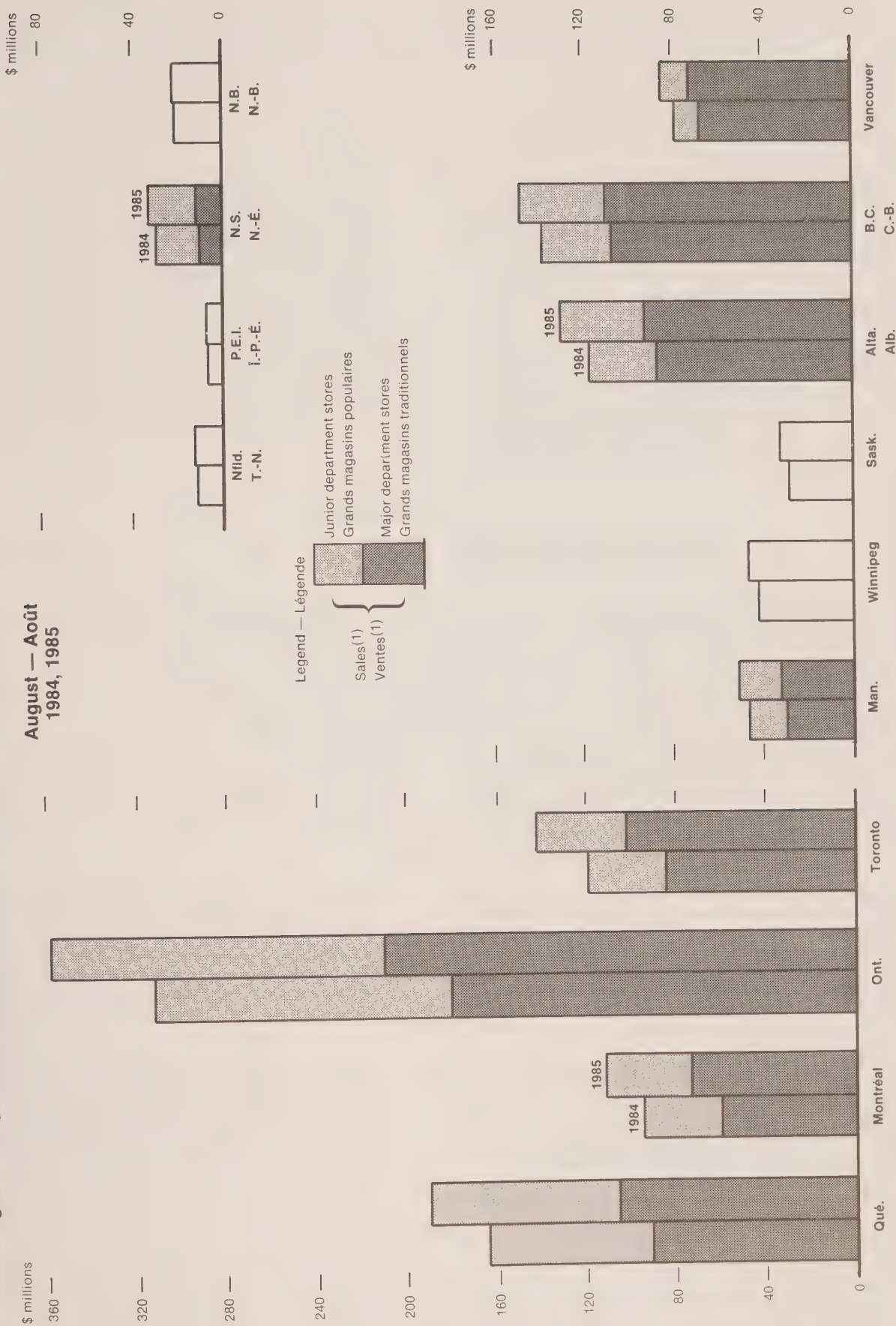




Chart — 6

Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization  
Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations



(1) For reasons of confidentiality, the split between the two groups (Major — Junior) is not shown for some regions.  
(1) Pour des raisons de confidentialité, nous ne montrons pas, pour certaines régions, la subdivision en deux groupes (Traditionnels — Populaires).





## HIGHLIGHTS

### Seasonally Adjusted Sales

- Adjusted for seasonal fluctuations, holidays and the number of trading days, total department store sales in August 1985 increased by 2.2% to \$1,020.6 million from the revised July 1985 level of \$998.4 million. Among the 27 departments recording higher sales, the most notable increases were reported in television, radio and music (+27.5%), furs (+24.5%) and millinery (+23.2%). The largest decreases were recorded for lingerie and women's sleepwear (-9.6%), women's, misses' and children's footwear (-6.4%) and hardware, paints and wallpaper, etc. (-6.0%).

### Unadjusted Sales

- Department stores in Canada reported unadjusted sales totalling \$979.9 million in August 1985, up 12.3% from the August 1984 level. Sales were higher in 37 of the 40 departments with the largest increases reported in millinery (+38.0%), furs (+36.9%) and television, radio and music (+28.9%). The only sales decreases were recorded for gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies (-23.0%), plumbing, heating and building materials (-5.1%) and piece goods (-3.4%).
- At the provincial level, on a year-over-year basis, department store sales were higher in all provinces. Gains ranged from 2.9% in Prince Edward Island to 16.2% in Quebec. Sales increased in all of the 10 metropolitan areas surveyed, with gains ranging from 6.7% in Hamilton to 19.4% in Montréal.
- Sales by major department stores in August 1985 reached \$588.8 million, up 11.0% from the corresponding month a year earlier, while junior department stores had sales of \$391.2 million, up 14.4% over the same period last year.

## POINTS SAILLANTS

### Ventes désaisonnalisées

- Les ventes des grands magasins, corrigées en fonction des variations saisonnières et du nombre de journées d'affaires, ont augmenté de 2.2% en août 1985, en regard du mois de juillet 1985 (\$998.4 millions - donnée révisée) pour s'établir à \$1,020.6 millions. Des 27 rayons qui ont connu des augmentations des ventes, les gains les plus marqués ont été enregistrés dans les rayons de téléviseurs, radios et musique (+27.5%), de fourrures (+24.5%) et de chapeaux (+23.2%). Par contre, les plus fortes baisses des ventes ont été observées dans les rayons de lingerie et vêtements de nuit pour dames (-9.6%), de chaussures pour dames, jeunes filles et enfants (-6.4%) et de quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. (-6.0%).

### Ventes non désaisonnalisées

- Les ventes des grands magasins, sans ajustements saisonniers, ont totalisé \$979.9 millions en août 1985, soit 12.3% de plus qu'en août 1984. Des 40 rayons pour lesquels on recueille des données, 37 ont indiqué des hausses. Les augmentations les plus fortes ont été enregistrées dans les rayons de chapeaux (+38.0%), de fourrures (+36.9%) et de téléviseurs, radios et musique (+28.9%). Les seules baisses des ventes ont été signalées dans les rayons d'essence, huile, accessoires d'automobiles, réparation et fournitures (-23.0%), du matériel de plomberie, chauffage et construction (-5.1%) et de tissus à la pièce (-3.4%).
- Au niveau provincial, les ventes des grands magasins ont progressé dans toutes les provinces, par rapport à l'an dernier. Les augmentations s'échelonnent de 2.9% à l'Île-du-Prince-Édouard à 16.2% au Québec. Toutes les régions métropolitaines visées par l'enquête ont rapporté des ventes accrues, les gains s'échelonnant de 6.7% à Hamilton à 19.4% pour Montréal.
- Les ventes des grands magasins traditionnels, en août 1985, se sont chiffrées à \$588.8 millions, soit une hausse de 11.0% par rapport aux ventes enregistrées à pareille date l'an dernier. Les grands magasins populaires ont, quant à eux, rapporté des ventes s'élevant à \$391.2 millions, ce qui représente un gain de 14.4% en regard du mois d'août 1984.

- In August 1985, there were 796 retail locations operated by department store organizations, four more than the number reported for July 1985, but no change when compared to 796 locations indicated for August 1984. Of this total number, 315 locations were operated by major department store organizations and 481 by junior department store organizations.
- Cumulative unadjusted sales of all department stores for the first eight months of 1985 totalled \$6,864.0 million, an increase of 5.4% over the \$6,510.4 million reported a year earlier.
- In August 1985, total department store sales constituted 8.8% of all retail sales in Canada, unchanged from the 8.8% share held in August 1984.

#### Stocks

- The unadjusted selling value of inventories held by department stores in August 1985 was \$3,481.8 million, up 1.4% from August 1984. Seasonally adjusted department store stocks totalled \$3,482.6 million, up 1.3% from the July 1985 revised value of \$3,439.2 million.

#### Accounts Receivable

- The total value of accounts receivable of all department store organizations in August 1985 amounted to \$1,888.3 million, up 0.7% from the \$1,874.3 million recorded in July 1985.

- En août 1985, on a dénombré un total de 796 points de vente au détail exploités par les sociétés de grands magasins, soit quatre de plus qu'en juillet 1985 et le même nombre qu'indiqué en août 1984. De ce total, 315 ont été exploités par les sociétés de grands magasins traditionnels et 481 par les sociétés de grands magasins populaires.
- Les ventes cumulatives, non désaisonnalisées, pour l'ensemble des grands magasins, pour les huit premiers mois de 1985, ont totalisé \$6,864.0 millions, soit une hausse de 5.4% par rapport au total de \$6,510.4 millions signalés pour la période correspondante en 1984.
- En août 1985, les ventes totales des grands magasins ont représenté 8.8% de l'ensemble des ventes au détail au Canada, soit la même proportion que celle détenue en août 1984.

#### Stocks

- La valeur marchande, non désaisonnalisée, des stocks détenus en août 1985 a progressé de 1.4%, par rapport au mois correspondant l'année dernière, pour atteindre \$3,481.8 millions. La valeur désaisonnalisée des stocks a, quant à elle, connu une augmentation de 1.3% par rapport au mois précédent (\$3,439.2 millions - donnée révisée) et s'est élevée à \$3,482.6 millions.

#### Comptes à recevoir

- En août 1985, la valeur totale des créances à recouvrer par les sociétés de grands magasins s'est chiffrée à \$1,888.3 millions, soit 0.7% de plus que la valeur enregistrée en juillet 1985 (\$1,874.3 millions).

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985

Department	1985						
	January	February	March	April	May	June	July
No.	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
	thousands of dollars						
	milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,867	10,054	15,827	18,842	25,147	19,332	17,248
2 Women's and misses' coats and suits	13,162	12,112	21,186	17,185	10,924	7,916	7,073
3 Women's and misses' sportswear	33,141	38,002	55,553	58,259	71,734	58,577	52,421
4 Furs	5,127	3,539	1,705	1,236	386	563	1,197
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	18,380	18,267	23,097	24,333	23,718	22,528	21,846
6 Girls' and teenage girls' wear	8,774	9,727	18,744	17,933	18,241	13,813	13,676
7 Lingerie and women's sleepwear	11,844	12,085	15,449	16,045	20,143	16,948	18,156
8 Intimate apparel	9,077	7,928	11,305	11,711	12,584	11,902	11,454
9 Millinery	1,560	1,069	1,179	1,457	1,348	1,149	1,193
10 Women's and girls' hosiery	8,561	7,590	10,813	11,389	11,574	9,495	7,170
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	10,182	9,180	13,746	14,434	16,863	13,197	10,788
12 Women's, misses' and children's footwear	15,387	14,277	24,925	28,338	29,441	23,583	21,099
13 Men's clothing	23,420	23,040	35,906	37,181	38,631	43,374	29,627
14 Men's furnishings	26,318	26,319	39,157	40,122	48,048	56,685	41,988
15 Boys' clothing and furnishings	7,730	7,373	12,535	13,766	13,260	11,846	10,903
16 Men's and boys' footwear	10,677	9,187	16,026	17,360	18,483	18,244	15,187
17 Food and kindred products	51,900	61,856	56,138	63,290	64,008	55,109	50,102
18 Toiletries, cosmetics and drugs	44,181	43,798	50,385	49,880	54,188	51,749	49,399
19 Photographic equipment and supplies	8,696	7,143	9,237	9,744	10,591	13,073	12,362
20 Piece goods	2,809	3,130	4,149	3,304	4,032	3,203	3,124
21 Linens and domestics	31,393	18,082	24,667	24,800	29,360	28,945	31,758
22 Smallwares and notions	9,272	7,386	8,651	7,700	7,483	7,084	7,350
23 China and glassware	7,208	7,887	10,144	9,676	13,474	10,494	10,455
24 Floor coverings	8,851	9,143	11,711	12,475	13,137	12,748	14,385
25 Draperies, curtains and furniture coverings	9,904	9,771	13,429	14,418	16,327	15,489	16,232
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	5,569	4,787	6,403	7,095	6,408	6,341	7,392
27 Furniture	42,715	32,951	45,260	48,996	49,727	50,180	54,593
28 Major appliances	39,936	32,286	41,867	42,455	45,442	45,854	52,979
29 Television, radio and music	32,827	29,117	37,678	35,057	29,059	32,174	33,653
30 Housewares and small electrical appliances	25,526	26,051	26,031	28,339	32,284	32,130	32,496
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	20,892	16,554	22,570	34,262	47,424	40,646	35,819
32 Plumbing, heating and building materials	6,876	5,756	7,315	9,598	11,487	10,014	11,537
33 Jewellery	10,829	12,325	18,174	19,441	24,284	20,432	18,371
34 Toys and games	12,547	13,054	18,893	20,478	18,223	19,636	20,216
35 Sporting goods and luggage	18,858	16,132	20,308	26,535	32,932	32,851	29,996
36 Stationery, books and magazines	22,137	21,397	24,734	24,307	26,250	25,556	22,763
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	11,902	10,041	11,563	14,331	15,342	15,181	14,155
38 Meals and lunches	19,374	17,630	21,869	20,788	21,308	20,882	20,359
39 Repairs and services	10,898	9,123	11,565	10,986	12,149	11,859	11,141
40 All other departments	24,801	21,916	29,183	33,858	45,181	37,375	33,991
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	692,108	647,065	849,077	901,404	990,625	928,157	875,654



TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1985	1984					Change	Rayon	N°
	August	September	October	November	December	Variation		
August	August	September	October	November	December	August		
Août	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	1985/1984		
						1985/1984		
thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
17,824	16,610	15,545	16,077	17,081	22,831	+7.3	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
16,211	15,796	20,934	26,631	28,221	23,182	+2.6	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
60,921	51,007	65,785	56,248	64,239	78,205	+19.4	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
2,445	1,786	3,464	5,537	9,114	7,811	+36.9	Fourrures	4
28,488	27,253	25,928	26,838	29,012	36,901	+4.5	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
30,126	26,247	19,159	15,231	22,441	23,697	+14.8	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
16,108	15,531	17,723	18,511	29,712	48,995	+3.7	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
11,992	10,574	11,857	9,940	11,570	15,153	+13.4	Sous-vêtements	8
1,573	1,140	1,855	2,716	4,273	4,013	+38.0	Chapeaux	9
8,903	8,038	12,557	11,538	12,862	16,253	+10.8	Bas pour dames et fillettes	10
12,966	11,396	17,064	17,847	28,737	41,120	+13.8	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
26,123	24,640	31,867	29,925	34,475	32,200	+6.0	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
36,896	32,728	43,011	41,679	62,353	81,772	+12.7	Vêtements pour hommes	13
42,831	34,659	44,443	42,759	72,134	118,770	+23.6	Articles d'habillement pour hommes	14
24,794	20,360	13,500	13,041	17,219	24,605	+21.8	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
16,557	14,726	17,150	16,448	22,534	26,104	+12.4	Chaussures pour hommes et garçons	16
62,110	60,156	54,011	59,062	79,422	86,944	+3.2	Produits alimentaires et connexes	17
53,736	46,450	49,117	51,859	68,184	126,980	+15.7	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
13,960	13,457	11,839	11,295	15,599	29,572	+3.7	Appareils et fournitures photographiques	19
3,711	3,842	4,249	4,530	4,704	3,605	-3.4	Tissus à la pièce	20
34,275	29,930	32,010	27,969	33,925	46,184	+14.5	Literie et linge de maison	21
7,574	7,080	10,441	9,572	10,645	12,761	+7.0	Menus articles	22
10,324	9,358	11,727	11,760	20,210	37,306	+10.3	Porcelaine et verrerie	23
13,693	10,756	12,402	14,153	16,099	11,948	+27.3	Revêtements de plancher	24
15,231	13,939	15,563	15,731	17,663	17,044	+9.3	Tentures, rideaux et housses	25
8,030	7,168	8,343	8,307	13,047	20,568	+12.0	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
45,912	40,197	44,737	47,236	47,918	43,200	+14.2	Meubles	27
48,418	43,523	46,869	47,118	52,088	54,816	+11.2	Gros appareils ménagers	28
47,884	37,145	53,295	45,651	57,889	89,000	+28.9	Téléviseurs, radios et musique	29
36,452	33,028	31,912	35,955	47,449	80,759	+10.4	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
30,762	24,754	22,203	26,503	29,629	35,435	+24.3	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
9,288	9,789	9,339	10,353	10,639	11,442	-5.1	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
19,805	16,949	20,787	17,998	29,894	67,633	+16.9	Bijouterie	33
21,322	17,840	20,513	31,689	62,080	91,424	+19.5	Jouets et jeux	34
25,082	24,133	20,752	19,092	28,011	47,844	+3.9	Articles de sport et valises	35
35,805	33,881	32,195	24,710	43,591	74,184	+5.7	Papeterie, livres et revues	36
13,427	17,428	13,686	19,614	20,963	21,877	-23.0	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
22,246	21,536	20,778	21,952	26,163	32,636	+3.3	Repas et casse-croûtes	38
11,305	9,745	10,033	12,098	15,849	13,683	+16.0	Services et travaux de réparation	39
34,835	27,848	28,722	31,887	36,654	57,324	+25.1	Tous autres rayons	40
979,945	872,423	947,365	957,060	1,254,292	1,715,781	+12.3	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985

		1985						
Department		January	February	March	April	May	June	July <sup>F</sup>
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet <sup>F</sup>
No.		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	16,279	15,795	17,758	17,242	19,103	16,836	18,297
2	Women's and misses' coats and suits	16,443	16,891	19,946	17,202	18,173	18,133	16,572
3	Women's and misses' sportswear	54,938	55,909	59,245	58,951	63,424	57,997	60,950
4	Furs	3,164	3,111	2,555	4,820	2,245	3,361	3,204
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	24,881	25,953	25,999	24,552	25,081	25,026	25,460
6	Girls' and teenage girls' wear	17,218	15,735	19,400	17,879	18,534	15,676	18,361
7	Lingerie and women's sleepwear	20,356	19,788	20,443	19,720	20,505	19,111	22,152
8	Intimate apparel	11,360	11,190	11,745	11,584	11,652	11,270	11,907
9	Millinery	1,974	1,917	1,949	1,978	2,004	1,936	1,996
10	Women's and girls' hosiery	10,653	10,544	11,216	10,834	11,118	11,177	11,083
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	17,288	17,260	17,785	17,042	17,742	17,021	17,176
12	Women's, misses' and children's footwear	25,658	25,496	26,839	26,192	27,405	24,683	27,859
13	Men's clothing	38,231	39,618	40,519	40,743	42,553	42,742	43,490
14	Men's furnishings	47,824	48,841	52,864	50,736	54,850	51,201	53,903
15	Boys' clothing and furnishings	14,071	13,853	14,660	13,815	14,112	13,927	14,569
16	Men's and boys' footwear	17,615	15,993	18,771	16,538	17,043	16,890	18,471
17	Food and kindred products	61,438	62,596	62,967	62,276	61,521	63,285	59,093
18	Toiletries, cosmetics and drugs	56,885	58,066	58,495	57,753	59,191	60,087	58,637
19	Photographic equipment and supplies	12,556	11,919	12,566	12,729	12,309	12,818	12,615
20	Piece goods	3,360	3,713	3,817	3,516	3,873	3,670	3,733
21	Linens and domestics	29,407	30,819	31,873	30,750	31,003	30,175	30,209
22	Smallwares and notions	8,670	8,923	9,340	8,945	9,223	9,295	8,872
23	China and glassware	12,588	12,669	13,280	13,536	13,439	13,687	13,000
24	Floor coverings	10,566	11,628	11,900	12,229	13,151	13,171	13,463
25	Draperies, curtains and furniture coverings	13,993	14,220	14,409	14,007	14,637	14,582	15,008
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7,585	7,882	8,215	8,682	7,783	8,341	8,434
27	Furniture	45,164	45,043	48,178	50,116	44,991	46,870	45,152
28	Major appliances	44,538	45,415	46,768	46,833	45,358	43,747	45,972
29	Television, radio and music	39,940	42,429	43,009	43,394	37,924	43,366	40,406
30	Housewares and small electrical appliances	36,843	35,867	36,644	34,901	34,652	35,060	36,005
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	29,058	26,480	28,516	32,688	33,677	33,102	35,345
32	Plumbing, heating and building materials	9,483	8,794	9,358	9,095	9,139	8,369	9,771
33	Jewellery	22,559	22,962	24,811	24,990	25,308	24,294	24,492
34	Toys and games	31,623	30,273	32,068	30,796	30,124	31,909	31,140
35	Sporting goods and luggage	27,258	28,226	27,382	27,220	26,866	26,201	26,282
36	Stationery, books and magazines	31,571	31,127	32,423	31,644	31,612	31,783	29,876
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	14,318	14,487	14,300	14,330	14,519	14,932	14,715
38	Meals and lunches	21,966	22,022	22,816	22,349	22,196	22,250	21,770
39	Repairs and services	12,324	11,202	11,876	11,612	12,206	12,396	12,561
40	All other departments	34,387	33,577	34,586	33,467	34,211	34,096	36,365
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	956,034	958,235	1,001,292	987,684	994,457	984,468	998,366

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1985	1984					Change - Variation		
August <sup>P</sup>	August	September	October	November	December	August/ July 1985	Rayon	
Août <sup>P</sup>	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Août/ juillet 1985		NO
Thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
17,482	16,845	15,882	16,617	15,842	16,012	-4.5	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
16,018	14,729	17,333	16,392	17,232	16,572	-3.3	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
61,130	53,278	53,486	55,615	56,579	54,511	+0.3	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
3,990	2,855	3,696	3,873	4,221	3,331	+24.5	Fourrures	4
25,385	24,678	24,553	24,422	24,817	24,467	-0.3	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
18,827	17,413	17,111	16,023	18,236	16,047	+2.5	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
20,022	19,738	19,607	19,641	20,378	20,071	-9.6	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
11,887	10,570	11,159	10,873	10,959	11,092	-0.2	Sous-vêtements	8
2,459	1,793	2,052	1,982	2,028	1,680	+23.2	Chapeaux	9
11,115	10,117	10,667	10,291	10,520	10,290	+0.3	Bas pour dames et fillettes	10
17,316	15,081	16,601	16,677	18,139	17,143	+0.8	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
26,075	25,056	25,283	25,169	25,627	25,317	-6.4	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
43,843	39,626	39,715	39,739	41,891	41,999	+0.8	Vêtements pour hommes	13
54,283	45,269	47,988	46,847	48,385	47,510	+0.7	Articles d'habillement pour hommes	14
15,601	13,295	13,762	13,737	13,786	13,674	+7.1	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
17,639	15,990	15,880	16,187	16,627	16,975	-4.5	Chaussures pour hommes et garçons	16
61,102	59,047	63,469	61,676	63,157	63,684	+3.4	Produits alimentaires et connexes	17
59,830	52,375	56,312	54,878	57,870	57,555	+2.0	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
13,014	12,931	13,006	12,896	12,936	12,857	+3.2	Appareils et fournitures photographiques	19
3,592	3,836	3,755	3,781	3,797	3,629	-3.8	Tissus à la pièce	20
32,801	29,133	29,269	28,038	30,857	29,597	+8.6	Literie et linge de maison	21
8,850	8,126	8,877	8,357	8,515	8,762	-0.2	Menus articles	22
13,078	11,792	12,990	13,600	13,583	13,907	+0.6	Porcelaine et verrerie	23
13,931	11,457	12,519	11,633	13,009	12,068	+3.5	Revêtements de plancher	24
15,184	14,276	15,352	14,812	15,110	14,833	+1.2	Tentures, rideaux et housses	25
8,850	8,331	8,773	8,359	8,847	8,949	+4.9	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
45,467	39,641	45,147	45,790	46,458	45,024	+0.7	Meubles	27
47,403	43,362	45,032	43,571	46,663	50,116	+3.1	Gros appareils ménagers	28
51,525	42,112	46,607	43,152	43,204	44,107	+27.5	Téléviseurs, radios et musique	29
38,654	36,145	35,907	36,198	37,240	36,971	+7.4	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
33,237	27,024	24,887	25,922	27,767	26,309	-6.0	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
9,319	9,878	10,329	9,798	9,967	10,763	-4.6	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
24,923	21,265	21,877	21,570	21,977	22,753	+1.8	Bijouterie	33
32,501	28,106	32,175	30,291	27,851	26,188	+4.4	Jouets et jeux	34
26,539	26,484	25,763	25,614	27,099	25,640	+1.0	Articles de sport et valises	35
32,366	30,702	31,829	29,518	32,280	31,347	+8.3	Papeterie, livres et revues	36
13,840	17,495	16,480	16,849	15,825	16,567	-5.9	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
22,166	21,599	22,082	22,107	22,442	22,237	+1.8	Repas et casse-croûtes	38
12,397	10,777	11,100	11,094	11,377	11,044	-1.3	Services et travaux de réparation	39
36,964	31,198	34,068	34,937	34,994	34,397	+1.6	Tous autres rayons	40
1,020,601	923,425	962,379	948,526	978,095	965,994	+2.2	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

No.	Province	1985					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars - milliers de dollars					
1	Newfoundland	6,952	7,096	9,731	10,888	12,108	11,545
2	Prince Edward Island	4,074	3,852	4,567	5,274	5,531	5,837
3	Nova Scotia	18,630	18,740	25,876	28,657	31,526	31,991
4	New Brunswick	13,276	12,894	18,127	19,339	21,776	20,529
5	Quebec	130,436	121,067	160,174	175,359	199,264	176,088
6	Ontario	248,605	230,686	304,119	329,678	358,424	344,864
7	Manitoba	34,415	33,067	46,213	48,619	51,033	47,723
8	Saskatchewan	22,137	20,906	27,964	29,300	31,499	28,559
9	Alberta	97,925	91,754	117,811	117,594	131,665	119,766
10	British Columbia	115,658	107,002	134,497	136,697	147,799	141,256
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12	CANADA	692,108	647,065	849,077	901,404	990,625	928,157

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars - milliers de dollars					
1	Calgary	37,702	35,612	45,068	44,971	50,471	46,784
2	Edmonton	44,148	40,891	52,733	52,316	59,076	53,206
3	Halifax-Dartmouth	11,130	10,743	14,671	15,563	17,662	17,965
4	Hamilton	19,486	16,635	21,422	24,210	26,387	24,478
5	Montréal	78,812	73,022	94,865	102,956	115,914	103,375
6	Ottawa-Hull	30,661	27,879	37,643	38,845	45,490	39,575
7	Quebec City	18,428	16,465	21,969	23,695	28,547	24,955
8	Toronto	99,553	95,090	125,686	130,664	139,376	138,949
9	Vancouver	70,220	64,386	80,280	80,174	87,331	84,774
10	Winnipeg	31,341	29,981	41,482	43,706	46,154	42,837

TABLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1984 et 1985

1985	1984					Change Variation	Province	N <sup>o</sup>
August Août	August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	December Décembre	August 1985/1984 Août 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
12,654	11,317	11,141	12,329	16,271	23,157	+11.8	Terre-Neuve	1
6,559	6,375	5,490	5,624	7,412	10,707	+2.9	Île-du-Prince-Édouard	2
32,191	28,836	28,999	30,813	43,553	61,171	+11.6	Nouvelle-Écosse	3
21,391	20,079	20,138	21,328	30,789	40,972	+6.5	Nouveau-Brunswick	4
190,292	163,813	176,106	182,239	230,121	311,798	+16.2	Québec	5
357,963	312,209	341,081	346,765	472,695	652,243	+14.7	Ontario	6
50,957	45,526	52,448	49,639	65,859	85,871	+11.9	Manitoba	7
31,460	27,248	31,473	30,177	41,146	53,485	+15.5	Saskatchewan	8
129,117	116,810	127,993	126,976	158,726	218,029	+10.5	Alberta	9
147,360	137,534	149,146	148,115	184,827	253,420	+7.1	Colombie-Britannique	10
-	2,674	3,350	3,054	2,894	4,928	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
<b>979,945</b>	<b>872,423</b>	<b>947,365</b>	<b>957,060</b>	<b>1,254,292</b>	<b>1,715,781</b>	<b>+12.3</b>	<b>CANADA</b>	<b>12</b>

TABLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

1985	1984					Change Variation	Certaines zones métropolitaines	N <sup>o</sup>
August Août	August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	December Décembre	August 1985/1984 Août 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
49,407	43,591	49,079	48,618	60,020	83,892	+13.3	Calgary	1
58,667	53,470	57,612	57,446	71,344	96,074	+9.7	Edmonton	2
17,632	15,745	16,665	17,572	24,904	32,904	+12.0	Halifax-Dartmouth	3
23,643	22,156	24,493	25,892	32,526	50,915	+6.7	Hamilton	4
112,176	93,911	106,689	108,137	138,914	190,400	+19.4	Montréal	5
42,826	38,390	42,719	44,593	56,416	73,494	+11.6	Ottawa-Hull	6
25,914	23,843	24,577	25,644	31,863	40,556	+8.7	Ville de Québec	7
141,675	119,291	139,209	139,154	188,655	263,715	+18.8	Toronto	8
84,663	78,140	88,171	87,881	108,850	148,953	+8.3	Vancouver	9
45,816	41,157	47,664	44,889	59,918	76,858	+11.3	Winnipeg	10



TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

Province	1985						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars						
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	7,353	6,567	9,188	9,717	10,259	10,862	9,723
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	75,980	67,700	90,490	95,938	109,889	97,397	91,020
6 Ontario	153,708	138,416	185,694	191,431	206,083	199,764	190,466
7 Manitoba	23,448	21,585	30,515	30,889	30,978	29,066	28,534
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	76,498	69,584	87,813	86,695	95,243	86,065	83,289
10 British Columbia	95,162	86,133	107,111	107,696	113,074	107,943	102,606
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-	-
12 CANADA	453,711	409,143	537,063	549,234	594,109	557,754	532,232

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

Selected metropolitan areas	1985						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars						
1 Calgary	30,048	27,906	34,770	34,678	37,994	34,846	33,254
2 Edmonton	35,184	31,384	40,019	39,005	43,339	38,937	37,973
3 Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x
4 Hamilton	14,872	12,214	15,555	17,471	18,781	17,292	17,339
5 Montréal	51,972	47,044	61,779	65,112	74,094	66,021	59,876
6 Ottawa-Hull	19,758	16,730	23,497	22,833	27,075	24,082	23,847
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	72,416	69,020	93,501	93,067	97,410	98,228	88,056
9 Vancouver	62,059	56,067	69,426	68,968	74,419	72,571	66,687
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985[illegible]

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

Province	1985						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars						
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	11,277	12,173	16,688	18,939	21,267	21,129	19,260
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	54,456	53,367	69,684	79,421	89,375	78,691	73,973
6 Ontario	94,898	92,269	118,425	138,246	152,341	145,100	131,974
7 Manitoba	10,967	11,482	15,698	17,729	20,055	18,658	16,781
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	21,426	22,170	29,998	30,899	36,422	33,701	32,091
10 British Columbia	20,496	20,869	27,386	29,001	34,725	33,314	31,415
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-	-
12 CANADA	238,397	237,922	312,014	352,171	396,516	370,404	343,427

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

Selected metropolitan areas	1985						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars						
1 Calgary	7,655	7,707	10,298	10,293	12,477	11,938	11,110
2 Edmonton	8,965	9,507	12,714	13,311	15,738	14,269	13,365
3 Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x
4 Hamilton	4,614	4,421	5,868	6,739	7,606	7,186	6,313
5 Montréal	26,840	25,978	33,087	37,844	41,819	37,354	33,933
6 Ottawa-Hull	10,903	11,149	14,147	16,012	18,416	15,494	14,651
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	27,136	26,070	32,185	37,597	41,966	40,721	36,651
9 Vancouver	8,161	8,320	10,854	11,206	12,913	12,202	11,111
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x

---

TABLE 6.

---

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

No.	Province	1985					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		number - nombre					
1	Newfoundland	14	14	14	14	14	14
2	Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7
3	Nova Scotia	33	33	33	34	34	34
4	New Brunswick	27	27	27	27	27	27
5	Quebec	163	163	163	163	163	163
6	Ontario	297	297	297	297	297	297
7	Manitoba	38	38	38	38	38	38
8	Saskatchewan	32	32	32	32	32	32
9	Alberta	81	81	81	81	81	81
10	British Columbia	102	101	101	101	102	102
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12	CANADA	794(1)	793	793	794	795	795

(1) The decrease of seven stores is due to the reclassification of these department stores to other kinds of business.

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		number - nombre					
1	Calgary	26	26	26	26	26	26
2	Edmonton	33	33	33	33	33	33
3	Halifax-Dartmouth	14	14	14	14	15	15
4	Hamilton	24	24	24	24	25	25
5	Montréal	76	76	76	76	76	76
6	Ottawa-Hull	32	32	32	32	32	32
7	Quebec City	22	22	22	22	22	22
8	Toronto	88	88	88	88	88	88
9	Vancouver	41	41	41	41	42	42
10	Winnipeg	30	30	30	30	30	30



TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1984 et 1985

1985		1984					Province	N <sup>o</sup>
July	August	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre								
14	14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
34	34	33	33	33	33	33	Nouvelle-Écosse	3
26	26	27	27	27	27	27	Nouveau-Brunswick	4
162	163	160	160	161	163	163	Québec	5
298	301	297	297	298	298	298	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
32	32	31	31	32	32	32	Saskatchewan	8
80	80	81	81	81	81	81	Alberta	9
101	101	102	102	102	102	102	Colombie-Britannique	10
-	-	6	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
<b>792</b>	<b>796</b>	<b>796</b>	<b>796</b>	<b>799</b>	<b>801</b>	<b>801</b>	<b>CANADA</b>	<b>12</b>

(1) La baisse de sept magasins a été causée par la reclassification de ces magasins à d'autres genres de commerce.

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

		1985					
Province		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.		number - nombre					
1	Newfoundland	6	6	6	6	6	6
2	Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3
3	Nova Scotia	7	7	7	7	7	7
4	New Brunswick	4	4	4	4	4	4
5	Quebec	55	55	55	55	54	54
6	Ontario	109	109	109	109	109	109
7	Manitoba	18	18	18	18	17	17
8	Saskatchewan	15	15	15	15	15	15
9	Alberta	46	46	46	46	45	45
10	British Columbia	60	59	59	59	53	53
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12	CANADA	323	322	322	322	313	313

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		number - nombre					
1	Calgary	14	14	14	14	14	14
2	Edmonton	18	18	18	18	18	18
3	Halifax-Dartmouth	6	6	6	6	6	6
4	Hamilton	14	14	14	14	14	14
5	Montréal	30	30	30	30	30	30
6	Ottawa-Hull	12	12	12	12	12	12
7	Quebec City	8	8	8	8	8	8
8	Toronto	40	40	40	40	40	40
9	Vancouver	26	26	26	26	27	27
10	Winnipeg	13	13	13	13	13	13

. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985

	1984					
August Août	August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	December Décembre	Province
6	6	6	6	6	6	Terre-Neuve
3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard
7	7	7	7	7	7	Nouvelle-Écosse
4	4	4	4	4	4	Nouveau-Brunswick
54	54	54	55	55	55	Québec
113	110	110	110	110	110	Ontario
17	18	18	18	18	18	Manitoba
15	15	15	15	15	15	Saskatchewan
44	46	46	46	46	46	Alberta
52	60	60	60	60	60	Colombie-Britannique
-	5	5	5	5	5	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest
<b>315</b>	<b>328</b>	<b>328</b>	<b>329</b>	<b>329</b>	<b>329</b>	<b>CANADA</b>

. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et

	1984					Certaines zones métropolitaines
August	August	September	October	November	December	
Août	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	
ombre						
14	14	14	14	14	14	Calgary
18	18	18	18	18	18	Edmonton
6	6	6	6	6	6	Halifax-Dartmouth
14	14	14	14	14	14	Hamilton
30	30	30	30	30	30	Montréal
12	12	12	12	12	12	Ottawa-Hull
8	8	8	8	8	8	Ville de Québec
43	40	40	40	40	40	Toronto
27	26	26	26	26	26	Vancouver
13	13	13	13	13	13	Winnipeg

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

		1985					
Province		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.		number - nombre					
1	Newfoundland	8	8	8	8	8	8
2	Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4
3	Nova Scotia	26	26	26	27	27	27
4	New Brunswick	23	23	23	23	23	23
5	Quebec	108	108	108	108	109	109
6	Ontario	188	188	188	188	188	188
7	Manitoba	20	20	20	20	21	21
8	Saskatchewan	17	17	17	17	17	17
9	Alberta	35	35	35	35	36	36
10	British Columbia	42	42	42	42	49	49
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12	CANADA	471	471	471	472	482	482

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
number - nombre							
1	Calgary	12	12	12	12	12	12
2	Edmonton	15	15	15	15	15	15
3	Halifax-Dartmouth	8	8	8	8	9	9
4	Hamilton	10	10	10	10	11	11
5	Montréal	46	46	46	46	46	46
6	Ottawa-Hull	20	20	20	20	20	20
7	Quebec City	14	14	14	14	14	14
8	Toronto	48	48	48	48	48	48
9	Vancouver	15	15	15	15	15	15
10	Winnipeg	17	17	17	17	17	17

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985

1985		1984					Province	N <sup>o</sup>
July	August	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre								
8	8	8	8	8	8	8	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
27	27	26	26	26	26	26	Nouvelle-Écosse	3
22	22	23	23	23	23	23	Nouveau-Brunswick	4
108	109	106	106	106	108	108	Québec	5
188	188	187	187	188	188	188	Ontario	6
21	21	20	20	20	20	20	Manitoba	7
17	17	16	16	17	17	17	Saskatchewan	8
36	36	35	35	35	35	35	Alberta	9
49	49	42	42	42	42	42	Colombie-Britannique	10
-	-	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
<b>480</b>	<b>481</b>	<b>468</b>	<b>468</b>	<b>470</b>	<b>472</b>	<b>472</b>	<b>CANADA</b>	<b>12</b>

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]



TABLE 15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985  
January-August

TABLÉAU 15. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985  
Janvier-août

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1985/1984 Variation 1985/1984
		1984 <sup>1</sup>	1985	
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	119,682	133,141	+11.2
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	103,499	105,769	+2.2
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et jeunes filles	389,687	428,608	+10.0
4	Furs - Fourrures	14,443	16,198	+12.2
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	173,345	180,657	+4.2
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	119,329	131,034	+9.8
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	124,979	126,778	+1.4
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	81,833	87,953	+7.5
9	Millinery - Chapeaux	9,737	10,528	+8.1
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	73,265	75,495	+3.0
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	94,811	101,356	+6.9
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	173,295	183,173	+5.7
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	245,302	268,075	+9.3
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	296,589	321,468	+8.4
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	92,953	102,207	+10.0
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	113,201	121,721	+7.5
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	450,606	464,513	+3.1
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	356,903	397,316	+11.3
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	88,432	84,806	-4.1
20	Piece goods - Tissus à la pièce	30,107	27,462	-8.8
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	206,759	223,280	+8.0
22	Smallwares and notions - Menus articles	57,760	62,500	+8.2
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	76,094	79,662	+4.7
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	90,000	96,143	+6.8
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	112,906	110,801	-1.9
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	55,150	52,025	-5.7
27	Furniture - Meubles	349,410	370,334	+6.0
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	337,582	349,237	+3.5
29	Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique	274,385	277,449	+1.1
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	240,618	239,309	-0.5
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	206,680	248,929	+20.4
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	84,127	71,871	-14.6
33	Jewellery - Bijouterie	129,167	143,661	+11.2
34	Toys and games - Jouets et jeux	127,714	144,369	+13.0
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	196,311	202,694	+3.3
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	199,567	202,949	+1.7
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	129,720	105,942	-18.3
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	163,689	164,456	+0.5
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	77,441	89,026	+15.0
40	All other departments - Tous autres rayons	243,295	261,140	+7.3
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	6,510,373	6,864,035	+5.4

**TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985**  
January-August

**TABLERAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1984 et 1985**  
Janvier-août

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984 Variation 1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	75,218	81,768	+8.7
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	41,071	42,289	+3.0
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	192,677	216,594	+12.4
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	142,415	146,184	+2.6
Québec	1,228,474	1,317,673	+7.3
Ontario	2,337,370	2,496,779	+6.8
Manitoba	341,413	357,342	+4.7
Saskatchewan	210,144	220,106	+4.7
Alberta	889,738	921,013	+3.5
British Columbia - Colombie-Britannique	1,032,414	1,064,290	+3.1
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	19,436	-	...
<b>CANADA</b>	<b>6,510,373</b>	<b>6,864,035</b>	<b>+5.4</b>

**TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985**  
January-August

**TABLERAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985**  
Janvier-août

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1985/1984 Variation 1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	336,804	354,379	+5.2
Edmonton	406,634	412,375	+1.4
Halifax-Dartmouth	104,031	121,411	+16.7
Hamilton	172,608	179,913	+4.2
Montréal	716,929	774,929	+8.1
Ottawa-Hull	287,113	301,424	+5.0
Quebec City - Ville de Québec	177,837	183,977	+3.5
Toronto	924,190	995,709	+7.7
Vancouver	604,304	629,626	+4.2
Winnipeg	309,347	322,386	+4.2

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985  
January-August

TABLEAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985  
Janvier-août

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984 Variation 1985/1984
	1984 <sup>r</sup>	1985	
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	59,901	74,083	+23.7
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	695,865	734,239	+5.5
Ontario	1,412,702	1,474,640	+4.4
Manitoba	221,244	226,352	+2.3
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	669,218	677,852	+1.3
British Columbia - Colombie-Britannique	822,065	830,879	+1.1
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	-	...
<b>CANADA</b>	<b>4,100,481</b>	<b>4,222,032</b>	<b>+3.0</b>

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985  
January-August

TABLEAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985  
Janvier-août

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1985/1984 Variation 1985/1984
	1984 <sup>r</sup>	1985	
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	261,060	270,619	+3.7
Edmonton	310,907	309,103	-0.6
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	126,346	129,895	+2.8
Montréal	462,754	499,194	+7.9
Ottawa-Hull	179,846	183,612	+2.1
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	666,621	713,486	+7.0
Vancouver	522,192	542,657	+3.9
Winnipeg	x	x	x

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985  
January-August

TABLEAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985  
Janvier-août

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984 Variation 1985/1984
	1984 <sup>1</sup>	1985	
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	132,777	142,510	+7.3
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	532,607	583,435	+9.5
Ontario	924,669	1,022,138	+10.5
Manitoba	120,168	130,990	+9.0
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	220,520	243,160	+10.3
British Columbia - Colombie-Britannique	210,350	233,412	+11.0
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	-	...
CANADA	2,409,891	2,642,006	+9.6

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985  
January-August

TABLEAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines,  
1984 et 1985  
Janvier-août

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1985/1984 Variation 1985/1984
	1984 <sup>1</sup>	1985	
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	75,744	83,762	+10.6
Edmonton	95,726	103,274	+7.9
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	46,263	50,019	+8.1
Montréal	254,171	275,734	+8.5
Ottawa-Hull	107,267	117,815	+9.8
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	257,571	282,221	+9.6
Vancouver	82,113	86,971	+5.9
Winnipeg	x	x	x

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1983-1985

TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1983-1985

Period Période	Department stores Grands magasins		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Total					
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
<b>1983:</b>						
January - Janvier	623,021	100.0	416,075	66.8	206,946	33.2
February - Février	603,808	100.0	400,059	66.3	203,749	33.7
March - Mars	787,544	100.0	517,493	65.7	270,051	34.3
April - Avril	775,226	100.0	496,409	64.0	278,817	36.0
May - Mai	842,133	100.0	524,430	62.3	317,702	37.7
June - Juin	920,150	100.0	578,341	62.9	341,809	37.1
July - Juillet	813,746	100.0	510,481	62.7	303,265	37.3
August - Août	850,885	100.0	528,907	62.2	321,978	37.8
September - Septembre	922,067	100.0	609,641	66.1	312,425	33.9
October - Octobre	922,014	100.0	605,042	65.6	316,972	34.4
November - Novembre	1,138,763	100.0	741,909	65.2	396,854	34.8
December - Décembre	1,731,121	100.0	1,078,633	62.3	652,488	37.7
Year - Année	10,930,478	100.0	7,007,420	64.1	3,923,056	35.9
<b>1984:</b>						
January - Janvier	649,626	100.0	433,177	66.7	216,450	33.3
February - Février	659,594	100.0	426,537	64.7	233,057	35.3
March - Mars	806,999	100.0	529,691	65.6	277,309	34.4
April - Avril	843,022	100.0	522,096	61.9	320,926	38.1
May - Mai	930,389	100.0	577,533	62.1	352,855	37.9
June - Juin	941,728	100.0	584,661	62.1	357,066	37.9
July - Juillet	806,592	100.0	496,195	61.5	310,397	38.5
August - Août	872,423	100.0	530,591	60.8	341,831	39.2
September - Septembre	947,365	100.0	619,430	65.4	327,935	34.6
October - Octobre	957,060	100.0	611,524	63.9	345,536	36.1
November - Novembre	1,254,292	100.0	799,105	63.7	455,187	36.3
December - Décembre	1,715,781	100.0	1,049,201	61.2	666,580	38.8
Year - Année	11,384,871	100.0	7,179,741	63.1	4,205,129	36.9
<b>1985:</b>						
January - Janvier	692,108	100.0	453,711	65.6	238,397	34.4
February - Février	647,065	100.0	409,143	63.2	237,922	36.8
March - Mars	849,077	100.0	537,063	63.3	312,014	36.7
April - Avril	901,404	100.0	549,234	60.9	352,171	39.1
May - Mai	990,625	100.0	594,109	60.0	396,516	40.0
June - Juin	928,157	100.0	557,754	60.1	370,404	39.9
July - Juillet	875,654	100.0	532,232	60.8	343,422	39.2
August - Août	979,945	100.0	588,786	60.1	391,160	39.9
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						



**TABLE 23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1983-1985**  
August

**TABLEAU 23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1983-1985**  
Août

Province and Selected Metropolitan Areas Province et certaines zones métropolitaines	Distribution			Change 1985/1984 Variation 1985/1984
	1983	1984	1985	
	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	6.3	6.2	6.4	+3.2
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	14.0	13.0	12.1	-6.9
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	9.0	8.1	7.8	-3.7
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	8.3	7.9	7.7	-2.5
Québec	7.1	6.6	7.0	+6.1
Ontario	9.3	8.5	8.7	+2.4
Manitoba	12.4	11.8	11.3	-4.2
Saskatchewan	7.5	7.5	7.6	+1.3
Alberta	12.4	11.8	10.9	-7.6
British Columbia - Colombie-Britannique	13.1	12.1	11.6	-4.1
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	10.0	9.1	...	...
<b>CANADA</b>	<b>9.5</b>	<b>8.8</b>	<b>8.8</b>	<b>-</b>
Montréal	9.4	8.3	9.0	+8.4
Toronto	10.2	9.3	9.6	+3.2
Winnipeg	17.2	16.4	15.4	-6.1
Vancouver	15.6	14.2	13.6	-4.2

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1984 and 1985

		1985							
		January	February	March	April	May	June	July	August
Department		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
No.									
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	39,185	43,993	56,955	60,797	54,107	43,977	52,035	50,520
2	Women's and misses' coats and suits	48,419	65,516	68,340	61,861	53,789	43,361	71,654	82,262
3	Women's and misses' sportswear	128,354	150,980	171,399	178,900	166,346	144,730	145,696	152,682
4	Furs	23,715	19,658	14,917	27,476	28,928	30,362	34,836	37,260
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	71,653	67,973	77,245	89,457	84,937	80,040	93,305	88,047
6	Girls' and teenage girls' wear	37,234	51,030	59,132	54,914	58,342	47,063	64,292	55,065
7	Lingerie and women's sleepwear	44,161	42,405	47,653	55,747	53,175	45,396	45,570	47,129
8	Intimate apparel	46,429	41,490	43,624	45,951	44,588	44,618	42,524	45,661
9	Millinery	3,119	3,418	2,548	3,521	2,990	2,606	2,267	6,039
10	Women's and girls' hosiery	37,889	34,836	38,986	42,035	37,480	34,668	34,978	40,429
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	49,934	48,511	53,600	57,748	53,111	46,410	51,969	60,155
12	Women's, misses' and children's footwear	87,816	99,585	121,486	122,004	113,930	101,511	103,552	107,102
13	Men's clothing	124,638	156,531	171,752	194,346	190,644	166,346	167,514	206,692
14	Men's furnishings	143,096	145,075	166,369	193,067	194,853	154,193	146,076	155,033
15	Boys' clothing and furnishings	42,748	45,631	47,836	46,461	42,819	44,144	62,408	42,024
16	Men's and boys' footwear	59,521	57,489	76,236	80,077	90,324	69,558	73,535	75,167
17	Food and kindred products	41,847	35,361	37,872	38,427	35,161	31,444	33,120	32,166
18	Toiletries, cosmetics and drugs	255,555	208,248	225,060	236,131	234,780	230,330	244,390	242,973
19	Photographic equipment and supplies	55,504	44,500	49,665	52,185	51,054	50,506	51,599	49,928
20	Piece goods	17,949	16,873	21,571	18,654	20,683	20,308	17,758	18,215
21	Linens and domestics	128,300	127,853	134,314	146,716	148,825	142,340	137,044	129,658
22	Smallwares and notions	38,175	35,879	37,555	44,184	47,806	48,739	48,143	49,133
23	China and glassware	68,077	74,719	66,029	85,463	84,766	76,648	77,449	81,931
24	Floor coverings	50,742	47,734	49,746	51,134	51,347	50,529	53,258	55,176
25	Draperies, curtains and furniture coverings	70,093	60,655	65,910	68,661	68,008	65,502	70,348	68,186
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	56,372	53,190	57,261	60,255	63,533	61,939	64,352	66,253
27	Furniture	145,059	145,868	149,735	157,566	152,328	151,943	156,706	152,710
28	Major appliances	67,296	72,678	74,982	76,661	73,394	70,552	69,632	63,275
29	Television, radio and music	133,537	128,146	140,488	153,594	145,992	138,333	132,625	140,840
30	Housewares and small electrical appliances	164,939	151,991	157,505	174,480	166,909	174,343	166,944	166,287
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	116,518	120,579	142,450	148,268	158,719	175,304	161,250	163,188
32	Plumbing, heating and building materials	24,231	21,786	31,394	24,392	25,361	28,840	26,458	26,308
33	Jewellery	109,160	96,901	107,128	113,812	113,439	109,202	113,481	121,103
34	Toys and games	112,665	109,764	121,590	141,558	153,617	158,887	183,356	199,802
35	Sporting goods and luggage	113,507	110,606	133,988	160,378	159,668	145,230	136,961	138,586
36	Stationery, books and magazines	135,422	125,423	130,744	139,442	144,907	133,691	142,334	139,433
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	53,925	50,203	53,851	54,543	53,906	52,859	49,351	51,032
38	Meals and lunches	985	539	654	646	597	423	569	277
39	Repairs and services	5,461	5,566	6,085	6,380	6,081	6,389	6,538	6,178
40	All other departments	58,419	50,976	61,896	72,766	86,123	68,824	57,471	67,797
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,011,649	2,970,159	3,275,551	3,540,658	3,517,367	3,292,088	3,393,348	3,481,802

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984					Change - Variation		Rayon	N°
August	September	October	November	December	August/ July 1985	August 1985/1984		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Août/ juillet 1985	Août 1985/1984		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
54,552	54,325	64,109	57,551	45,548	-2.9	-7.4	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
69,865	83,396	88,387	70,525	50,707	+14.8	+17.7	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
189,720	174,379	195,689	192,828	134,161	+4.8	-19.5	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
26,370	25,303	35,994	29,500	25,339	+7.2	+41.7	Fourrures	4
93,299	85,719	91,718	86,785	80,801	-5.6	-5.6	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
50,212	50,309	56,701	54,375	34,598	-14.4	+9.7	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
52,703	50,448	66,483	81,616	44,897	+3.4	-10.6	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
39,720	35,693	44,763	49,442	45,665	+7.4	+15.0	Sous-vêtements	8
4,342	4,276	4,267	6,080	5,211	+166.4	+39.1	Chapeaux	9
37,850	33,092	36,982	39,445	36,027	+15.6	+6.8	Bas pour dames et fillettes	10
51,018	54,376	71,298	82,743	55,141	+15.8	+17.9	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
112,635	104,743	111,899	107,316	92,122	+3.4	-4.9	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
156,845	166,401	213,654	222,868	146,065	+23.4	-9.8	Vêtements pour hommes	13
38,715	40,887	54,604	47,655	35,467	+6.1	-1.2	Articles d'habillement pour hommes	14
38,715	40,887	54,604	47,655	35,467	-32.7	+8.5	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
77,227	72,378	84,660	79,040	63,630	+2.2	-2.7	Chaussures pour hommes et garçons	16
27,184	34,765	45,449	51,232	23,221	-2.9	+18.3	Produits alimentaires et connexes	17
202,695	207,561	260,388	284,466	204,522	-0.6	+19.9	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
54,921	50,689	66,460	58,862	43,806	-3.2	-9.1	Appareils et fournitures photographiques	19
28,082	24,503	29,270	27,108	24,799	+2.6	-35.1	Tissus à la pièce	20
135,577	129,818	138,764	154,748	147,039	-5.4	-4.4	Literie et linge de maison	21
44,671	39,451	44,535	41,168	46,044	+2.1	+10.0	Menus articles	22
92,925	83,388	91,822	97,373	93,193	+5.8	-11.8	Porcelaine et verrerie	23
59,094	54,461	54,344	49,781	54,776	+3.6	-6.6	Revêtements de plancher	24
72,848	72,866	75,403	76,311	73,250	-3.1	-6.4	Tentures, rideaux et housses	25
56,377	65,919	75,621	75,656	53,262	+3.0	+17.5	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
164,184	162,420	179,951	151,221	179,768	-2.5	-7.0	Meubles	27
61,663	61,703	78,446	80,775	74,426	-9.1	+2.6	Gros appareils ménagers	28
157,612	146,567	172,697	181,676	149,533	+6.2	-10.6	Téléviseurs, radios et musique	29
192,066	173,568	180,228	200,634	146,834	-0.4	-13.4	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
143,973	127,890	146,733	138,855	130,912	+1.2	+13.3	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
27,644	27,500	29,249	28,862	33,964	-0.6	-4.8	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
122,027	115,670	141,229	149,624	109,540	+6.7	-0.8	Bijouterie	33
108,873	126,251	151,085	181,040	104,574	+9.0	+83.5	Jouets et jeux	34
128,045	129,385	165,201	153,366	126,179	+1.2	+8.2	Articles de sport et valises	35
147,075	151,325	153,559	189,350	132,241	-2.0	-5.2	Papeterie, livres et revues	36
50,572	46,063	49,132	51,924	62,989	+3.4	+0.9	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
539	458	605	399	166	-51.3	-48.6	Repas et casse-croûtes	38
5,802	5,150	5,593	5,996	5,584	-5.5	+6.5	Services et travaux de réparation	39
63,803	63,363	93,081	91,309	57,384	+18.0	+6.3	Tous autres rayons	40
3,432,564	3,323,718	3,867,841	3,944,469	3,138,618	+2.6	+1.4	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985

		1985						
		January	February	March	April	May	June	July <sup>F</sup>
Department		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet <sup>F</sup>
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
No.								
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	45,735	48,351	51,442	50,516	50,524	51,804	52,587
2	Women's and misses' coats and suits	63,109	72,588	75,059	84,334	88,362	74,138	66,098
3	Women's and misses' sportswear	156,229	168,626	165,149	159,828	157,763	160,948	153,604
4	Furs	24,319	23,183	17,231	33,193	31,147	34,044	36,341
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	87,294	81,222	81,633	82,541	86,898	84,837	83,217
6	Girls' and teenage girls' wear	52,472	57,295	55,281	51,922	56,211	53,963	53,822
7	Lingerie and women's sleepwear	52,685	50,921	50,257	50,983	51,767	51,747	50,621
8	Intimate apparel	43,418	43,447	43,864	44,208	44,729	46,973	45,837
9	Millinery	3,225	4,032	3,996	4,601	4,137	4,284	3,192
10	Women's and girls' hosiery	42,233	38,777	39,196	38,929	37,740	37,822	37,376
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	56,562	53,744	52,802	54,450	56,129	57,868	59,418
12	Women's, misses' and children's footwear	104,248	108,220	110,418	106,425	107,544	108,164	107,246
13	Men's clothing	170,022	179,364	175,343	188,419	195,949	193,025	183,321
14	Men's furnishings	171,230	168,225	173,855	181,066	183,273	175,701	161,967
15	Boys' clothing and furnishings	46,768	46,896	47,786	46,066	47,810	50,683	49,567
16	Men's and boys' footwear	68,620	67,613	75,089	72,976	78,804	74,377	74,557
17	Food and kindred products(1)	41,847	35,361	37,872	38,427	35,161	31,444	33,120
18	Toiletries, cosmetics and drugs	234,101	237,087	235,811	234,228	242,028	247,552	251,117
19	Photographic equipment and supplies	56,353	50,418	52,073	49,673	50,384	51,651	51,051
20	Piece goods	21,035	19,459	20,072	19,370	20,974	21,015	18,281
21	Linens and domestics	137,967	131,311	135,121	136,453	136,313	140,496	138,361
22	Smallwares and notions	42,947	41,671	42,114	41,171	43,958	44,782	44,211
23	China and glassware	78,341	78,179	69,539	86,195	81,478	80,038	78,804
24	Floor coverings	51,721	50,635	50,067	49,839	48,962	48,578	50,865
25	Draperies, curtains and furniture coverings	69,592	65,138	65,492	65,554	66,451	67,230	70,221
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	62,811	60,024	58,836	60,995	61,851	63,679	64,143
27	Furniture	157,052	161,100	149,263	142,738	144,663	150,418	154,555
28	Major appliances	67,686	69,887	72,776	72,872	74,810	74,859	73,160
29	Television, radio and music	144,051	143,799	143,539	146,385	144,675	139,470	138,443
30	Housewares and small electrical appliances	166,519	166,956	168,777	166,119	167,449	169,447	166,042
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	133,304	136,677	140,635	142,669	149,175	159,007	156,333
32	Plumbing, heating and building materials	25,569	24,710	30,157	23,107	26,704	31,356	27,930
33	Jewellery	113,695	107,558	110,032	109,837	111,710	114,469	115,568
34	Toys and games	134,627	140,955	144,131	142,071	172,263	183,239	193,575
35	Sporting goods and luggage	140,751	136,655	141,737	138,447	139,970	142,131	140,845
36	Stationery, books and magazines	151,387	151,372	150,936	140,275	140,019	135,373	131,677
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	56,066	55,617	57,004	52,579	53,157	54,737	52,769
38	Meals and lunches(1)	985	539	654	646	597	423	569
39	Repairs and services	5,549	5,890	6,162	6,205	6,249	6,356	6,404
40	All other departments	72,147	64,799	62,522	64,482	77,535	70,685	62,412
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,014,739	2,971,223	3,363,710	3,380,778	3,475,312	3,488,803	3,439,213

(1) Due to the absence of seasonality, the seasonally adjusted data are equal to the unadjusted data.

TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1985	1984					Change - Variation		
August <sup>P</sup>	August	September	October	November	December	August/ July 1985	Rayon	
Août <sup>P</sup>	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Août/ juillet 1985		N <sup>o</sup>
Thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
52,801	59,303	58,302	55,305	51,519	51,690	+0.4	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
67,106	55,865	55,365	57,820	57,334	60,646	+1.5	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
149,839	185,800	174,624	170,026	164,708	158,595	-2.5	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
36,767	26,237	22,097	26,924	24,465	23,765	+1.2	Fourrures	4
85,488	91,267	85,017	78,067	83,123	84,064	+2.7	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
52,956	47,761	47,160	49,206	48,746	45,973	-1.6	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
49,306	54,728	53,202	52,728	56,677	52,756	-2.6	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
47,842	41,838	42,224	42,421	43,037	43,629	+4.4	Sous-vêtements	8
6,217	5,044	4,212	3,174	3,272	3,300	+94.8	Chapeaux	9
37,515	34,683	34,364	33,845	35,030	38,213	+0.4	Bas pour dames et fillettes	10
63,161	54,592	55,964	55,499	59,415	62,089	+6.3	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
106,856	112,744	107,702	103,100	105,768	101,735	-0.4	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
179,244	194,243	177,808	177,252	175,846	171,862	-2.2	Vêtements pour hommes	13
158,432	158,454	160,717	164,786	176,792	179,390	-2.2	Articles d'habillement pour hommes	14
47,040	42,384	41,557	43,428	43,446	43,266	-5.1	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
74,354	76,511	76,697	73,421	72,821	70,339	-0.3	Chaussures pour hommes et garçons	16
32,166	27,184	34,765	45,449	51,232	23,221	-2.9	Produits alimentaires et connexes(1)	17
257,064	217,873	227,709	220,511	227,475	218,036	+2.4	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
51,039	55,948	54,870	53,988	52,736	50,988	--	Appareils et fournitures photographiques	19
17,324	26,288	26,183	25,550	25,786	23,485	-5.2	Tissus à la pièce	20
137,667	144,914	149,824	142,174	143,742	138,795	-0.5	Literie et linge de maison	21
46,647	43,390	42,479	43,407	42,959	43,526	+5.5	Menus articles	22
79,593	91,602	89,988	86,530	86,667	80,556	+1.0	Porcelaine et verrerie	23
53,055	58,053	61,841	54,694	53,537	50,665	+4.3	Revêtements de plancher	24
69,072	74,956	78,068	72,640	75,034	70,318	-1.6	Tentures, rideaux et housses	25
63,700	54,681	67,184	63,752	66,364	60,650	-0.7	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
162,782	176,570	180,083	174,170	158,399	157,244	+5.3	Meubles	27
71,315	68,011	69,280	79,508	72,780	66,992	-2.5	Gros appareils ménagers	28
142,499	161,355	161,211	156,062	156,073	148,043	+2.9	Téléviseurs, radios et musique	29
165,654	192,938	181,122	172,777	171,629	162,725	-0.2	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
157,833	140,158	139,001	138,168	137,637	133,263	+1.0	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
27,690	29,418	29,381	29,148	27,405	26,876	-0.9	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
123,516	126,294	127,368	125,262	121,914	118,413	+6.9	Bijouterie	33
195,272	104,869	103,383	96,097	132,107	150,202	+0.9	Jouets et jeux	34
147,905	139,765	135,992	134,860	136,746	138,495	+5.0	Articles de sport et valises	35
135,620	141,121	150,796	135,802	156,139	155,668	+3.0	Papeterie, livres et revues	36
52,393	51,420	48,212	45,518	50,299	54,114	-0.7	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
277	539	458	605	399	166	-51.3	Repas et casse-croûtes(1)	38
6,117	5,655	5,268	5,427	5,607	5,604	-4.5	Services et travaux de réparation	39
71,475	68,485	67,308	74,441	71,360	66,685	+14.5	Tous autres rayons	40
3,482,586	3,426,188	3,318,584	3,872,326	3,955,109	3,132,328	+1.3	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Puisqu'il y a absence de saisonnalité, les données désaisonnalisées sont par conséquent égales aux données non désaisonnalisées.



TABLE 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4.42	4.38	3.60	3.23	2.15	2.27	3.02
2	Women's and misses' coats and suits	3.68	5.41	3.23	3.60	4.92	5.48	10.13
3	Women's and misses' sportswear	3.87	3.97	3.09	3.07	2.32	2.47	2.78
4	Furs	4.63	5.55	8.75	22.23	74.94	53.93	29.10
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.90	3.72	3.34	3.68	3.58	3.55	4.27
6	Girls' and teenage girls' wear	4.24	5.25	3.15	3.06	3.20	3.41	4.70
7	Lingerie and women's sleepwear	3.73	3.51	3.08	3.47	2.64	2.68	2.51
8	Intimate apparel	5.12	5.23	3.86	3.92	3.54	3.75	3.71
9	Millinery	2.00	3.20	2.16	2.42	2.22	2.27	1.90
10	Women's and girls' hosiery	4.43	4.59	3.61	3.69	3.24	3.65	4.88
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.90	5.28	3.90	4.00	3.15	3.52	4.82
12	Women's, misses' and children's footwear	5.71	6.98	4.87	4.31	3.87	4.30	4.91
13	Men's clothing	5.32	6.79	4.78	5.23	4.94	3.84	5.65
14	Men's furnishings	5.44	5.51	4.25	4.81	4.06	2.72	3.48
15	Boys' clothing and furnishings	5.53	6.19	3.82	3.38	3.23	3.73	5.72
16	Men's and boys' footwear	5.57	6.26	4.76	4.61	4.89	3.81	4.84
17	Food and kindred products	0.81	0.57	0.67	0.61	0.55	0.57	0.66
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.78	4.75	4.47	4.73	4.33	4.45	4.95
19	Photographic equipment and supplies	6.38	6.23	5.38	5.36	4.82	3.86	4.17
20	Piece goods	6.39	5.39	5.20	5.65	5.13	6.34	5.68
21	Linens and domestics	4.09	7.07	5.45	5.92	5.07	4.92	4.32
22	Smallwares and notions	4.12	4.86	4.34	5.74	6.39	6.88	6.55
23	China and glassware	9.44	9.47	6.51	8.83	6.29	7.30	7.41
24	Floor coverings	5.73	5.22	4.25	4.10	3.91	3.96	3.70
25	Draperies, curtains and furniture coverings	7.08	6.21	4.91	4.76	4.17	4.23	4.33
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	10.12	11.11	8.94	8.49	9.91	9.77	8.71
27	Furniture	3.40	4.43	3.31	3.22	3.06	3.03	2.87
28	Major appliances	1.69	2.25	1.79	1.81	1.62	1.54	1.31
29	Television, radio and music	4.07	4.40	3.73	4.38	5.02	4.30	3.94
30	Housewares and small electrical appliances	6.46	5.83	6.05	6.16	5.17	5.43	5.14
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.58	7.28	6.31	4.33	3.35	4.31	4.50
32	Plumbing, heating and building materials	3.52	3.78	4.29	2.54	2.21	2.88	2.29
33	Jewellery	10.08	7.86	5.89	5.85	4.67	5.34	6.18
34	Toys and games	8.98	8.41	6.44	6.91	8.43	8.09	9.07
35	Sporting goods and luggage	6.02	6.86	6.60	6.04	4.85	4.42	4.57
36	Stationery, books and magazines	6.12	5.86	5.29	5.74	5.52	5.23	6.25
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	4.53	5.00	4.66	3.81	3.51	3.48	3.49
38	Meals and lunches	0.05	0.03	0.03	0.03	0.03	0.02	0.03
39	Repairs and services	0.50	0.61	0.53	0.58	0.50	0.54	0.59
40	All other departments	2.36	2.33	2.12	2.15	1.91	1.84	1.69
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.20	4.47	3.77	3.85	3.45	3.44	3.73

TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1985	1984					Rayon	N°
August Août	August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	December Décembre		
2.83	3.28	3.49	3.99	3.37	2.00	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
5.07	4.42	3.98	3.32	2.50	2.19	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
2.51	3.72	2.65	3.48	3.00	1.72	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
15.28	14.76	7.30	6.50	3.24	3.24	Fourrures	4
3.09	3.42	3.31	3.42	2.99	2.19	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
1.83	1.91	2.63	3.72	2.42	1.46	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
2.93	3.39	2.85	3.59	2.75	0.92	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.81	3.76	3.01	4.50	4.27	3.01	Sous-vêtements	8
3.84	3.81	2.30	1.57	1.42	1.30	Chapeaux	9
4.54	4.71	2.64	3.21	3.07	2.22	Bas pour dames et fillettes	10
4.64	4.48	3.19	3.99	2.88	1.34	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
4.10	4.57	3.29	3.74	3.11	2.86	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
5.60	7.00	4.35	5.23	3.45	2.02	Vêtements pour hommes	13
3.62	4.53	3.74	5.00	3.09	1.23	Articles d'habillement pour hommes	14
1.69	1.90	3.03	4.19	2.77	1.44	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
4.54	5.24	4.22	5.15	3.51	2.44	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.52	0.45	0.64	0.77	0.65	0.27	Produits alimentaires et connexes	17
4.52	4.36	4.23	5.02	4.17	1.61	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
3.58	4.08	4.28	5.88	3.77	1.48	Appareils et fournitures photographiques	19
4.91	7.31	5.77	6.46	5.76	6.88	Tissus à la pièce	20
3.78	4.53	4.06	4.96	4.56	3.18	Literie et linge de maison	21
6.49	6.31	3.78	4.65	3.87	3.61	Menus articles	22
7.94	9.93	7.11	7.81	4.82	2.50	Porcelaine et verrerie	23
4.03	5.49	4.39	3.84	3.09	4.58	Revêtements de plancher	24
4.48	5.23	4.68	4.79	4.32	4.30	Tentures, rideaux et housses	25
8.25	7.87	7.90	9.10	5.80	2.59	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3.33	4.08	3.63	3.81	3.16	4.16	Meubles	27
1.31	1.42	1.32	1.66	1.55	1.36	Gros appareils ménagers	28
2.94	4.24	2.75	3.78	3.14	1.68	Téléviseurs, radios et musique	29
4.56	5.82	5.44	5.01	4.23	1.82	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
5.30	5.82	5.76	5.54	4.69	3.69	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
2.83	2.82	2.94	2.83	2.71	2.97	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
6.11	7.20	5.56	7.85	5.01	1.62	Bijouterie	33
9.37	6.10	6.15	4.77	2.92	1.14	Jouets et jeux	34
5.53	5.31	6.23	8.65	5.48	2.64	Articles de sport et valises	35
3.89	4.34	4.70	6.21	4.34	1.78	Papeterie, livres et revues	36
3.80	2.90	3.37	2.50	2.48	2.88	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
0.01	0.03	0.02	0.03	0.02	0.01	Repas et casse-croûtes	38
0.55	0.60	0.51	0.46	0.38	0.41	Services et travaux de réparation	39
1.95	2.29	2.21	2.92	2.49	1.00	Tous autres rayons	40
3.42	3.82	3.42	3.97	3.10	1.80	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.21	0.24	0.31	0.32	0.44	0.39	0.36
2	Women's and misses' coats and suits	0.27	0.21	0.32	0.26	0.19	0.16	0.12
3	Women's and misses' sportswear	0.25	0.27	0.34	0.33	0.42	0.38	0.36
4	Furs	0.21	0.16	0.10	0.06	0.01	0.02	0.04
5	Infants' and children's wear and nursery	0.24	0.26	0.32	0.29	0.27	0.27	0.25
6	Girls' and teenage girls' wear	0.24	0.22	0.34	0.31	0.32	0.26	0.25
7	Lingerie and women's sleepwear	0.27	0.28	0.34	0.31	0.37	0.34	0.40
8	Intimate apparel	0.20	0.18	0.27	0.26	0.28	0.27	0.26
9	Millinery	0.37	0.33	0.40	0.48	0.41	0.41	0.49
10	Women's and girls' hosiery	0.23	0.21	0.29	0.28	0.29	0.26	0.21
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.19	0.19	0.27	0.26	0.30	0.27	0.22
12	Women's, misses' and children's footwear	0.17	0.15	0.23	0.23	0.25	0.22	0.21
13	Men's clothing	0.16	0.16	0.22	0.20	0.20	0.24	0.18
14	Men's furnishings	0.18	0.18	0.25	0.22	0.25	0.32	0.28
15	Boys' clothing and furnishings	0.20	0.17	0.27	0.29	0.30	0.27	0.20
16	Men's and boys' footwear	0.17	0.16	0.24	0.22	0.22	0.23	0.21
17	Food and kindred products	1.60	1.60	1.53	1.66	1.74	1.65	1.55
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.19	0.19	0.23	0.22	0.23	0.22	0.21
19	Photographic equipment and supplies	0.18	0.14	0.20	0.19	0.21	0.26	0.24
20	Piece goods	0.13	0.18	0.22	0.16	0.20	0.16	0.16
21	Linens and domestics	0.23	0.14	0.19	0.18	0.20	0.20	0.23
22	Smallwares and notions	0.22	0.20	0.24	0.19	0.16	0.15	0.15
23	China and glassware	0.09	0.11	0.14	0.13	0.16	0.13	0.14
24	Floor coverings	0.17	0.19	0.24	0.25	0.26	0.25	0.28
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.14	0.15	0.21	0.21	0.24	0.23	0.24
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.10	0.09	0.12	0.12	0.10	0.10	0.12
27	Furniture	0.26	0.23	0.31	0.32	0.32	0.33	0.35
28	Major appliances	0.56	0.46	0.57	0.56	0.61	0.64	0.76
29	Television, radio and music	0.23	0.22	0.28	0.24	0.19	0.23	0.25
30	Housewares and small electrical appliances	0.16	0.16	0.17	0.17	0.19	0.19	0.19
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.17	0.14	0.17	0.24	0.31	0.24	0.21
32	Plumbing, heating and building materials	0.24	0.25	0.28	0.34	0.46	0.37	0.42
33	Jewellery	0.10	0.12	0.18	0.18	0.21	0.18	0.16
34	Toys and games	0.12	0.12	0.16	0.16	0.12	0.13	0.12
35	Sporting goods and luggage	0.16	0.14	0.17	0.18	0.21	0.22	0.21
36	Stationery, books and magazines	0.17	0.16	0.19	0.18	0.18	0.18	0.16
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.20	0.19	0.22	0.26	0.28	0.28	0.28
38	Meals and lunches	33.66	23.12	36.66	31.98	34.28	40.95	48.36
39	Repairs and services	1.97	1.65	1.99	1.76	1.95	1.90	1.71
40	All other departments	0.43	0.40	0.52	0.50	0.57	0.48	0.54
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.23	0.22	0.27	0.26	0.28	0.27	0.26

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1985	1984					Rayon	N°
August Août	August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	December Décembre		
0.35	0.30	0.29	0.27	0.28	0.44	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
0.21	0.24	0.27	0.31	0.36	0.38	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.41	0.30	0.36	0.30	0.33	0.48	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
0.07	0.07	0.13	0.18	0.28	0.28	Fourrures	4
0.31	0.30	0.29	0.30	0.33	0.44	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.50	0.51	0.38	0.28	0.40	0.53	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.35	0.30	0.34	0.32	0.40	0.77	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.27	0.27	0.31	0.25	0.25	0.32	Sous-vêtements	8
0.38	0.31	0.43	0.64	0.83	0.71	Chapeaux	9
0.24	0.24	0.35	0.33	0.34	0.43	Bas pour dames et fillettes	10
0.23	0.23	0.32	0.28	0.37	0.60	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.25	0.23	0.29	0.28	0.31	0.32	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.20	0.17	0.21	0.21	0.29	0.43	Vêtements pour hommes	13
0.28	0.24	0.27	0.23	0.33	0.64	Articles d'habillement pour hommes	14
0.47	0.45	0.34	0.27	0.34	0.59	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.22	0.20	0.23	0.21	0.28	0.37	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.90	2.02	1.74	1.47	1.64	2.34	Produits alimentaires et connexes	17
0.22	0.22	0.24	0.22	0.25	0.52	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
0.28	0.24	0.22	0.19	0.25	0.58	Appareils et fournitures photographiques	19
0.21	0.15	0.16	0.17	0.17	0.14	Tissus à la pièce	20
0.26	0.22	0.24	0.21	0.23	0.31	Literie et linge de maison	21
0.16	0.16	0.25	0.23	0.25	0.29	Menus articles	22
0.13	0.10	0.13	0.13	0.21	0.39	Porcelaine et verrerie	23
0.25	0.18	0.22	0.26	0.31	0.23	Revêtements de plancher	24
0.22	0.19	0.21	0.21	0.23	0.23	Tentures, rideaux et housses	25
0.12	0.12	0.14	0.12	0.17	0.32	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.30	0.23	0.27	0.28	0.29	0.26	Meubles	27
0.73	0.68	0.76	0.67	0.65	0.71	Gros appareils ménagers	28
0.35	0.24	0.35	0.29	0.33	0.54	Téléviseurs, radios et musique	29
0.22	0.17	0.17	0.20	0.25	0.46	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
0.19	0.18	0.16	0.19	0.21	0.26	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.35	0.36	0.34	0.36	0.37	0.36	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
0.17	0.14	0.17	0.14	0.21	0.52	Bijouterie	33
0.11	0.17	0.17	0.23	0.37	0.64	Jouets et jeux	34
0.18	0.18	0.16	0.13	0.18	0.34	Articles de sport et valises	35
0.25	0.22	0.22	0.16	0.25	0.46	Papeterie, livres et revues	36
0.27	0.36	0.28	0.41	0.41	0.38	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
52.59	30.04	41.68	41.30	52.12	115.53	Repas et casse-croûtes	38
1.78	1.71	1.83	2.25	2.74	2.36	Services et travaux de réparation	39
0.56	0.44	0.45	0.41	0.40	0.77	Tous autres rayons	40
0.29	0.26	0.28	0.27	0.32	0.48	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1983-1985

TABLEAU 28. Comptes à recevoir(1), non désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985

Month	1983	1984	1985	Change from previous month	Change 1985/1984
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1985/1984
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,666,708	1,808,015	1,989,953	-7.6	+10.1
February - Février	1,598,345	1,714,843	1,898,511	-4.6	+10.7
March - Mars	1,565,461	1,695,173	1,884,093	-0.8	+11.1
April - Avril	1,582,875	1,709,386	1,897,041	+0.7	+11.0
May - Mai	1,591,140	1,708,247	1,897,723	--	+11.1
June - Juin	1,585,200	1,719,376	1,887,639	-0.5	+9.8
July - Juillet	1,553,254	1,695,008	1,874,327	-0.7	+10.6
August - Août	1,542,394	1,689,630	1,888,254	+0.7	+11.8
September - Septembre	1,591,826	1,746,901			
October - Octobre	1,631,976	1,799,732			
November - Novembre	1,702,704	1,892,038			
December - Décembre	1,887,032	2,152,727			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

TABLEAU 29. Comptes à recevoir(1), désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985

Month	1983	1984	1985	Change from previous month	Change 1985/1984
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1985/1984
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,582.0	1,716.0	1,888.0	-0.6	+10.0
February - Février	1,601.0	1,658.0	1,902.0	+0.7	+14.7
March - Mars	1,591.0	1,721.0	1,911.0	+0.5	+11.0
April - Avril	1,607.0	1,733.0	1,921.0	+0.5	+10.8
May - Mai	1,623.0	1,741.0	1,932.0	+0.6	+11.0
June - Juin	1,631.0	1,766.0	1,941.0	+0.5	+9.9
July - Juillet	1,632.0	1,779.0	1,969.0 <sup>r</sup>	+1.4 <sup>r</sup>	+10.7 <sup>r</sup>
August - Août	1,631.0	1,789.0	1,998.0 <sup>p</sup>	+1.5 <sup>p</sup>	+11.7 <sup>p</sup>
September - Septembre	1,638.0	1,801.0			
October - Octobre	1,653.0	1,825.0			
November - Novembre	1,661.0	1,848.0			
December - Décembre	1,665.0	1,900.0			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.



TABLE 30. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1983-1985

TABLEAU 30. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1983-1985

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		\$'000	%	\$'000	%
<b>1983:</b>					
January - Janvier	206.6	623,021	+3.8	301,559	-0.2
February - Février	213.2	603,808	+4.5	283,212	+0.3
March - Mars	211.9	787,544	+13.5	371,658	+9.3
April - Avril	215.4	775,226	-1.7	359,901	-5.8
May - Mai	215.8	842,133	+3.5	390,238	--
June - Juin	214.9	920,150	+16.3	428,176	+12.3
July - Juillet	212.9	813,746	+6.5	382,220	+2.9
August - Août	213.8	850,885	+9.7	397,982	+6.3
September - Septembre	211.1	922,067	+7.1	436,792	+4.1
October - Octobre	214.3	922,014	+7.3	430,245	+4.2
November - Novembre	215.1	1,138,763	+6.1	529,411	+3.0
December - Décembre	213.6	1,731,121	+7.6	810,450	+5.0
Year - Année	213.4	10,930,478	+7.1	5,121,844	+3.6
<b>1984:</b>					
January - Janvier	214.3	649,626	+4.3	303,139	+0.5
February - Février	218.7	659,594	+9.2	301,598	+6.5
March - Mars	217.1	806,999	+2.5	371,718	--
April - Avril	220.4	843,022	+8.7	382,496	+6.3
May - Mai	222.0	930,389	+10.5	419,094	+7.4
June - Juin	220.1	941,728	+2.3	427,864	-0.1
July - Juillet	218.4	806,592	-0.9	369,319	-3.4
August - Août	218.9	872,423	+2.5	398,549	+0.1
September - Septembre	215.2	947,365	+2.7	440,225	+0.8
October - Octobre	220.0	957,060	+3.8	435,027	+1.1
November - Novembre	220.5	1,254,292	+10.1	568,840	+7.4
December - Décembre	218.0	1,715,800	-0.9	787,064	-2.9
Year - Année	218.7	11,384,890	+4.2	5,204,933	+1.6
<b>1985:</b>					
January - Janvier	219.9	692,108	+6.5	314,738	+3.8
February - Février	220.5	647,065	-1.9	293,454	-2.7
March - Mars	222.6	849,077	+5.2	381,436	+2.6
April - Avril	224.6	901,404	+6.9	401,337	+4.9
May - Mai	227.7	990,625	+6.5	435,057	+3.8
June - Juin	225.8	928,157	-1.4	411,053	-3.9
July - Juillet	224.1	875,654	+8.6	390,743	+5.8
August - Août	222.2	979,945	+12.3	441,019	+10.7
September - Septembre					
October - Octobre					
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					

TABLE 31. Department Store Sales and Stocks. MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1985

Department		Sales - Combined Seasonal and Trading Day Factors			
		Ventes - Coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux			
		MCD in August	July <sup>T</sup>	August <sup>P</sup>	September(1)
No.		MDC en Août	Juillet <sup>T</sup>	Août <sup>P</sup>	Septembre(1)
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	94.27	101.96	95.71
2	Women's and misses' coats and suits	8	42.68	101.21	114.09
3	Women's and misses' sportswear	4	86.01	99.66	118.39
4	Furs	12	37.36	61.28	88.02
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	85.80	112.22	103.17
6	Girls' and teenage girls' wear	4	74.48	160.02	109.35
7	Lingerie and women's sleepwear	4	81.96	80.45	89.21
8	Intimate apparel	4	96.20	100.89	103.54
9	Millinery	9	59.78	63.98	90.27
10	Women's and girls' hosiery	4	64.69	80.10	116.49
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	62.81	74.88	100.75
12	Women's, misses' and children's footwear	5	75.73	100.19	121.16
13	Men's clothing	4	68.12	84.16	104.71
14	Men's furnishings	5	77.90	78.90	90.76
15	Boys' clothing and furnishings	6	74.84	158.92	94.65
16	Men's and boys' footwear	6	82.22	93.86	105.18
17	Food and kindred products	4	84.78	101.65	85.06
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	84.25	89.82	85.21
19	Photographic equipment and supplies	4	98.00	107.27	88.31
20	Piece goods	6	83.68	103.32	108.37
21	Linens and domestics	3	105.13	104.49	108.00
22	Smallwares and notions	4	82.84	85.58	116.28
23	China and glassware	5	80.42	78.94	86.62
24	Floor coverings	5	106.85	98.29	98.09
25	Draperies, curtains and furniture coverings	4	108.16	100.31	99.04
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	87.64	90.74	92.93
27	Furniture	5	120.91	100.98	95.09
28	Major appliances	5	115.24	102.14	101.58
29	Television, radio and music	5	83.29	92.93	114.25
30	Housewares and small electrical appliances	3	90.25	94.30	87.68
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	101.34	92.55	82.83
32	Plumbing, heating and building materials	6	118.07	99.67	88.40
33	Jewellery	3	75.01	79.46	91.88
34	Toys and games	4	64.92	65.60	63.71
35	Sporting goods and luggage	3	114.13	94.51	79.50
36	Stationery, books and magazines	4	76.19	110.62	101.40
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	96.19	97.02	80.32
38	Meals and lunches	3	93.52	100.36	92.68
39	Repairs and services	6	88.70	91.19	91.35
40	All other departments	5	93.47	94.24	82.55
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	87.71	96.02	96.59

(1) Seasonal and trading day factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the Appendix IV.

(2) Seasonal factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the Appendix IV.

**TABEAU 31. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1985**

Stocks - Seasonal Factors

Stocks - Coefficients de corrections des variations saisonnières

				Rayon	NO
MCD in August	July <sup>F</sup>	August <sup>P</sup>	September(2)		
MDC en Août	Juillet <sup>F</sup>	Août <sup>P</sup>	Septembre(2)		
4	98.95	95.68	93.77	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
4	108.41	122.58	149.99	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
3	94.85	101.90	100.13	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
5	95.86	101.60	115.16	Fourrures	4
4	112.12	102.99	101.43	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4	119.45	103.98	107.14	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
4	90.02	95.58	94.89	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3	92.77	95.44	85.04	Sous-vêtements	8
5	71.02	97.13	102.83	Chapeaux	9
4	93.58	107.77	96.52	Bas pour dames et fillettes	10
3	87.46	95.24	98.61	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
3	96.56	100.23	97.95	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
4	91.38	115.31	105.66	Vêtements pour hommes	13
3	90.19	97.85	102.62	Articles d'habillement pour hommes	14
4	125.91	89.34	98.72	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
4	98.63	101.09	95.47	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	...	...	...	Produits alimentaires et connexes	17
4	97.32	94.52	91.08	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
4	101.07	97.82	92.87	Appareils et fournitures photographiques	19
4	97.14	105.14	93.51	Tissus à la pièce	20
3	99.05	94.18	87.47	Literie et linge de maison	21
4	108.89	105.33	93.22	Menus articles	22
3	98.28	102.94	93.35	Porcelaine et verrerie	23
3	104.71	104.00	88.82	Revêtements de plancher	24
3	100.18	98.72	93.54	Tentures, rideaux et housses	25
4	100.33	104.01	99.03	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3	101.39	93.81	92.61	Meubles	27
4	95.18	88.73	89.51	Gros appareils ménagers	28
3	95.80	98.84	91.48	Téléviseurs, radios et musique	29
3	100.54	100.38	96.41	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
3	103.15	103.39	94.14	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
5	94.73	95.01	95.16	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
3	98.19	98.05	91.95	Bijouterie	33
4	94.72	102.32	121.20	Jouets et jeux	34
4	97.24	93.70	95.54	Articles de sport et valises	35
3	108.09	102.81	100.31	Papeterie, livres et revues	36
5	93.52	97.40	95.09	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...	...	...	...	Repas et casse-croûtes	38
6	102.10	101.00	97.35	Services et travaux de réparation	39
6	92.08	94.85	94.68	Tous autres rayons	40
...	...	...	...	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Prévision des coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV.

(2) Prévision des coefficients de corrections des variations saisonnières. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV.



## APPENDIX

## APPENDICES





## APPENDIX I

### DEFINITIONS

#### Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

#### Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics and sells the following general lines of merchandise:

**Family clothing and apparel.** This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least **six** of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

**Furniture, appliance and home furnishings.** This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least **four** of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

## APPENDICE I

### DÉFINITIONS

#### Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et des services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

#### Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes et vend les catégories de marchandises suivantes:

**Vêtements pour la famille.** Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **six** des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent se faire dans le groupe de vêtements pour la famille.

**Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.** Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine et verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; gros appareils, téléviseurs, radios et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **quatre** des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

**All other (miscellaneous).** This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, **such as:** toilettries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

### Total Net Sales and Receipts

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

### Stocks

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

### Accounts Receivable

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

### Junior Department Store

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

**Tous autres articles (divers).** Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, **telles que:** articles de toilette, cosmétiques et médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

### Ventes et recettes nettes totales

Les ventes et recettes nettes totales sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

### Stocks

Les stocks englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

### Comptes à recevoir

Par comptes à recevoir on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

### Grand magasin populaire

Les grands magasins populaires sont définis comme étant des points de vente au détail qui offrent la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

## APPENDIX II

### METHODOLOGY

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The **monthly stock values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The **monthly accounts receivable values**, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

## APPENDICE II

### MÉTHODOLOGIE

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le **chiffre des stocks mensuels par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le **chiffre des comptes à recevoir mensuel** pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtes retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.





## APPENDIX III

### DATA RELIABILITY

#### Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

**Coverage error.** This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

**Data response error.** This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

**Non-response error.** Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

**Processing error.** These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

## APPENDICE III

### FIABILITÉ DES DONNÉES

#### Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

**Le champ couvert par l'enquête.** L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

**La réponse.** Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un interviewer à l'autre dans le mode de communication retenu, lorsqu'il s'agit d'expliquer des questions et d'interpréter des réponses.

**La non-réponse.** Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables et encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

**Le traitement.** L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

### Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the response rate is based on (1) the survey unit - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) the organizational unit - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example,

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. En ce qui concerne les estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreurs. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

### Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'enquête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins.

a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte des deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1985  
August

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1985  
Août

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	58.8	85.9
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	41.2	59.3
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	90.0	97.7





## APPENDIX IV

### SEASONAL ADJUSTMENT

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time." (1) In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal (variations) and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method (2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these

(1) "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," *Canadian Statistical Review*, August 1974.

(2) For further information see the *X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method*, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

## APPENDICE IV

### DÉSAISONNALISATION

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps (1)". L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI (2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et retrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la *Revue statistique du Canada*, août 1974.

(2) Pour plus ample information voir *La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI*, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, N° 12-564F au catalogue, hors série.



operations have been repeated several times.(3) These procedures, used to determine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are, since May 1983, executed every month instead of once a year. This permits us to update each month the reference series from which we derive the final estimations of the seasonal factors with the previous month's revised data.

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.(3) The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Commencing with March 1984, the Canada seasonally adjusted total is now derived "indirectly" by the summation of the 40 individually seasonally adjusted departments. Previously, this total was derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly".(4) Also in March 1984, the end-point seasonal adjustment method was adopted. For the period May 1983 to February 1984, a modified version of the "end-point seasonal adjustment" method, employing a

lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises(3). Ces étapes déterminant les facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales, sont depuis mai 1983, exécutées à chaque mois au lieu d'une seule fois par an. Il nous est donc possible de mettre à jour mensuellement les séries de référence desquelles on dérive les estimations finales des facteurs saisonniers, en employant les données les plus récentes disponibles.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois à dominance cyclique, ou MDC(3). Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, il s'agit de la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Depuis mars 1984, le total désaisonné au niveau du Canada est dérivé de "façon indirecte" en faisant la somme des 40 rayons désaisonnés séparément au préalable. Auparavant, ce total était obtenu en désaisonnant de "façon directe" les données brutes du total, au niveau du Canada(4). De plus, la désaisonnalisation interpolative a été adoptée en mars 1984. Pour la période s'échelonnant de mai 1983 à février 1984, on a utilisé une version modifiée de la désaisonnalisation interpolative, employant une prévision

(3) See Table 31.

(4) Refer to: Lothian, J. and Morry, M. (1977): The Problem of Aggregation; Direct or Indirect, Ottawa: Seasonal Adjustment and Time Series Analysis Division, Statistics Canada.

(3) Voir tableau 31.

(4) Consulter: Lothian, J. et Morry, M. (1977): Aggrégation directe ou indirecte, Ottawa, Division des séries chronologiques, de la recherche et de l'analyse, Statistique Canada.

projected factor for the current month only, was utilized. Prior to May 1983, seasonally adjusted data were derived on a monthly basis by employing projected seasonal factors (forecasted one year in advance) calculated once a year.

## REVISION PROCEDURES

Due to the fact that statistical surveys are subject to different type of errors (as described previously in this section) and that to obtain a 100% response rate each month under a data collection program by mail would prove to be very difficult (almost impossible sometimes) and costly, results must be revised on an ongoing basis as new information is received, enabling us to update our statistical series accordingly.

Revisions of two different types are made in regard to the Department Store Sales and Stocks Survey: **the first relates to the way data are gathered while the second results from the seasonal adjustment procedures.** In the first type of revision, corrections apply only to the previous year data. They are conducted after the end of the year and, consequently, the revised figures are published in the March issue of the following year of the present bulletin. The second type of revisions are both monthly and annual. In the case of the monthly revisions, the corrected figures for the current month (June for example), are published in the following month issue of the present catalogue (July), while the annual revisions are published once a year in the March issue.

Generally, revised data are indicated with an "r" beside the name of the month to which they apply, in order to inform the user of these changes.

du facteur de désaisonnalisation pour le mois courant seulement. Avant mai 1983, les données désaisonnalisées étaient dérivées sur une base mensuelle, à l'aide de prévisions (une année à l'avance) des facteurs saisonniers calculés une fois par année.

## PROCÉDURES DE RÉVISION

Puisque les enquêtes statistiques sont sujettes à différents types d'erreurs (telles qu'explicitées précédemment dans cette section) et qu'il serait très coûteux et difficile (pratiquement impossible parfois) d'atteindre, à partir d'un programme de collecte de données par la poste, un taux de réponse de 100%, il faut donc réviser les résultats sur une base régulière afin de mettre à jour les séries statistiques en découlant, à mesure que de nouvelles informations nous sont transmises.

On compte donc des révisions de deux types en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins: **les premières sont liées à la façon dont les données sont produites tandis que les secondes résultent de la procédure de désaisonnalisation.** Les révisions du premier type ne se rapportent qu'aux seules données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les révisions du deuxième type sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas de celles mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (soit juin par exemple) sont ajoutées à la publication du mois suivant (juillet) tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une fois l'an, dans le bulletin de mars.

En général, on avise l'utilisateur de ces changements, en inscrivant un "r" à côté du nom du mois auquel on applique des révisions.

## NUMBER OF SHOPPING DAYS

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

## NOMBRE DE JOURS COMMERCIAUX

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif II donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

TEXT TABLE II. Number of Shopping Days, by Month, 1984 and 1985

TABLEAU EXPLICATIF II. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1984 et 1985

	1985		1984	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	26	4	26	4
February - Février	24	4	25	4
March - Mars	26	5	27	5
April - Avril	25	4	24	4
May - Mai	26	4	26	4
June - Juin	25	5	26	5
July - Juillet	26	4	26	4
August - Août	26	5	26	4
September - Septembre	24	4	24	5
October - Octobre	26	4	26	4
November - Novembre	26	5	26	4
December - Décembre	25	4	25	5



## APPENDIX V

### CONSTANT DOLLAR ESTIMATES

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Table 30), estimates of sales by department group are deflated using department group implicit price indices supplied by the Industry Product Division of Statistics Canada. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

### DATA CONFIDENTIALITY

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business.<sup>(5)</sup> The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld on this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information from selected regions (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential, form. For example, in many cases the data for the Northwest Territories and the Yukon are included with the British Columbia data.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

<sup>(5)</sup> See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

## APPENDICE V

### ESTIMATIONS EN DOLLARS CONSTANTS

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau 30), les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées au moyen des indices implicites de prix appropriés fournis par la Division du produit industriel de Statistique Canada. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

### CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de cette dernière<sup>(5)</sup>. Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un X aux différents postes visés dans la publication.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) pour certaines régions (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple dans bien des cas, les données relatives aux Territoires du Nord-Ouest et du Yukon sont incluses avec celles de la Colombie-Britannique.

Ainsi, par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement en fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

<sup>(5)</sup> Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.

## EXPLANATORY NOTES

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e. those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios(6) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios(7) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

(6) See Table 26.

(7) See Table 27.

## NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes(6) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks(7) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

(6) Voir tableau 26.

(7) Voir tableau 27.



## APPENDIX VI - APPENDICE VI

### LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

#### MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland  
Baine Johnstone & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 4100, St. John's, Newfoundland  
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario (Closed July 1984 - Fermée Juillet 1984)  
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario  
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario(1)  
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island  
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon(2)  
Hougens Watson Lake 84, Box 97, Watson Lake, Yukon(2)  
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec  
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario(2)  
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan  
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec  
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario (Closed February 1983 - Fermée février 1983)  
Robinson Ogilvy Inc., 18 James St., Hamilton, Ontario  
Simpsons Ltd., 176 Yonge St., Toronto, Ontario  
Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario  
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario  
Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

#### JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario  
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario (Closed January 1984 - Fermée janvier 1984)  
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec  
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario  
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario(2)  
Zeller's Ltd., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

- (1) Goudies Ltd. has been reclassified to the "Family Clothing" trade group as of January 1, 1985.  
(1) Goudies Ltd. est reclassifié au groupe des magasins de "Vêtements pour famille" depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1985.  
(2) All department stores in the Yukon and Northwest Territories have been reclassified to the "General Merchandise" trade group as of January 1, 1985.  
(2) Tous les grands magasins du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest sont reclassifiés à d'autres genres de commerce du groupe des magasins de "Marchandises diverses" depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1985.

## SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Industry Division in the Retail Trade sector.

### Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M., Bil. 55 pages. First Issue, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Department Store Sales by Region. Advance Release. M., Bil. 1 pages. First Issue, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Retail Trade. M., Bil. Approx. 85 pages. First Issue, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M., Bil. Approx. 25 pages. First Issue, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Merchandising Inventories. M., Bil. 30 pages. First Issue, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Retail Chain and Department stores. A., Bil. Approx. 100 pages. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).
- 63-213 Vending Machine Operators. A., Bil. 45 pages. First Issue, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 Direct Selling Canada. A., Bil. 25 pages. First Issue, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Campus Book Stores. A., Bil. Approx. 35 pages. First Issue, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Market Research Handbook. A., Bil. 700 pages. First Issue, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)

## CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division de l'industrie.

### Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M., Bil. 55 pages. Premier numéro, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M., Bil. 1 page. Premier numéro, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Commerce de détail. M., Bil. Environ 85 pages. Premier numéro, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M., Bil. Environ 25 pages. Premier numéro, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Stocks commerciaux. M., Bil. 30 pages. Premier numéro, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A., Bil. Environ 100 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).
- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A., Bil. 45 pages. Premier numéro, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 La vente directe au Canada. A., Bil. 25 pages. Premier numéro, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Librairies de campus. A., Bil. Environ 35 pages. Premier numéro, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A., Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)

Operating Results - Retail Trade. O., Bil.  
60 pages, First Issue, 1974.

### Catalogue

63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1981

63-606 Retail Shoe Stores, 1977

63-607 Retail Drug Stores, 1981

63-608 Retail Florists, 1981

63-609 Retail Jewellery Stores, 1981

63-610 Retail Hardware Stores, 1980

63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980

63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A. - Annual Bil. - Bilingual  
O. - Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada \$5.00, Other Countries \$6.00.

Résultats d'exploitation - Commerce de détail.  
H.S., Bil. 60 pages. Premier numéro, 1974.

### Catalogue

63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1981

63-606 Magasins de vente au détail de chaussures,  
1977

63-607 Pharmacies au détail, 1981

63-608 Fleuristes détaillants, 1981

63-609 Bijouteries au détail, 1981

63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie,  
1980

63-611 Magasins de vente au détail de vêtements  
pour dames, 1980

63-612 Magasins de vente au détail de vêtements  
pour la famille, 1980

M. - Mensuel A. - Annuel Bil. - Bilingue  
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Nº 11-204F, prix Canada \$5.00, Autres pays \$6.00.











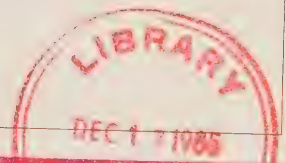


# Department store sales and stocks

September 1985

# Ventes et stocks des grands magasins

Septembre 1985



## Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

## How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,  
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 990-9656) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 2-2015

## How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)993-7276

Toronto  
Credit card only (973-8018)

## Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,  
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 990-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Ile-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 2-2015

## Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)993-7276

Toronto  
Carte de crédit seulement (973-8018)



**Statistics Canada**

Industry Division  
Retail Trade Section

# Department store sales and stocks

September 1985

**Statistique Canada**

Division de l'industrie  
Section du commerce de détail

# Ventes et stocks des grands magasins

Septembre 1985

Published under the authority of  
the Minister of Supply and  
Services Canada

© Minister of Supply  
and Services Canada 1985

December 1985  
5-3406-503

Price: Canada, \$13.00, \$130.00 a year  
Other Countries, \$14.00, \$140.00 a year

Payment to be made in Canadian funds or equivalent

Catalogue 63-002, Vol. 50, No. 9

SSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par  
le ministre des Approvisionnements et  
Services Canada

© Ministre des Approvisionnements  
et Services Canada 1985

Décembre 1985  
5-3406-503

Prix: Canada, \$13.00, \$130.00 par année  
Autres pays, \$14.00, \$140.00 par année

Paiement en dollars canadiens ou l'équivalent

Catalogue 63-002, vol. 50, n° 9

ISSN 0380-7045

Ottawa

## SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

## NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

## A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM Division staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-990-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- . D. Desjardins, director, Industry Division
- . R. Rasia, chief, Retail Trade Section, Industry Division

## SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

## NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

## NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de la Division CANSIM, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-990-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- . D. Desjardins, directeur, Division de l'industrie
- . R. Rasia, chef, Section du commerce de détail, Division de l'industrie

**TABLE OF CONTENTS**

	Page
<b>Introduction</b>	vii
<b>Charts</b>	
1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	viii
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	viii
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1983-1985	ix
4. Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1983-1985	x
5. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Canada, 1983-1985	x
6. Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xi
<b>Highlights</b>	xiii
<b>Table</b>	
1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985	2
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	8

**TABLE DES MATIÈRES**

	Page
<b>Introduction</b>	vii
<b>Graphiques</b>	
1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1983-1985	viii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1983-1985	viii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1983-1985	ix
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1983-1985	x
5. Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	x
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations	xi
<b>Points saillants</b>	xiii
<b>Tableau</b>	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	2
2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1984 et 1985	4
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1984 et 1985	6
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	6
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	8
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	8

## TABLE OF CONTENTS - Continued

## TABLE DES MATIÈRES - suite

	Page
<b>Table</b>	
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	19
17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	19
18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	20
19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	20
20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	21
21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	21

	Page
<b>Tableau</b>	
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	10
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	10
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1984 et 1985	12
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	12
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	14
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	14
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	16
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	16
15. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	18
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1984 et 1985	19
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	19
18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	20
19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	20
20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	21
21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	21

## TABLE OF CONTENTS - Concluded

Page

## TABLE DES MATIÈRES - fin

Page

## Table

## Tableau

22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1983-1985	22
23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1983-1985	23
24. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1984 and 1985	24
25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985	26
26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985	28
27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, 1984 and 1985	30
28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1983-1985	32
29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	32
30. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1983-1985	33
31. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1985	34

22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1983-1985	22
23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1983-1985	23
24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	24
25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1984 et 1985	26
26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	28
27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	30
28. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	32
29. Comptes à recevoir, désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	32
30. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1983-1985	33
31. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1985	34

## Appendix

## Appendice

I. Definitions	39
II. Methodology	41
III. Data Reliability	43
IV. Seasonal Adjustment	47
Revision Procedures	49
Number of Shopping Days	50
V. Constant Dollar Estimates	51
Data Confidentiality	51
Explanatory Notes	52
VI. List of Department Store Organizations	53

I. Définitions	39
II. Méthodologie	41
III. Fiabilité des données	43
IV. Désaisonnalisation	47
Procédures de révision	49
Nombre de jours commerciaux	50
V. Estimations en dollar constants	51
Confidentialité des données	51
Notes explicatives	52
VI. Liste des organisations de grands magasins	53

elected Publications

Choix de publications





## INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division (formerly Merchandising and Services Division), to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie, (anciennement Division du commerce et des services). (Le recensement mesure également les activités des "établissements", toutefois cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement unique et non comme un regroupement de petits magasins.

Chart — 1

Graphique — 1

# Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1983-1985

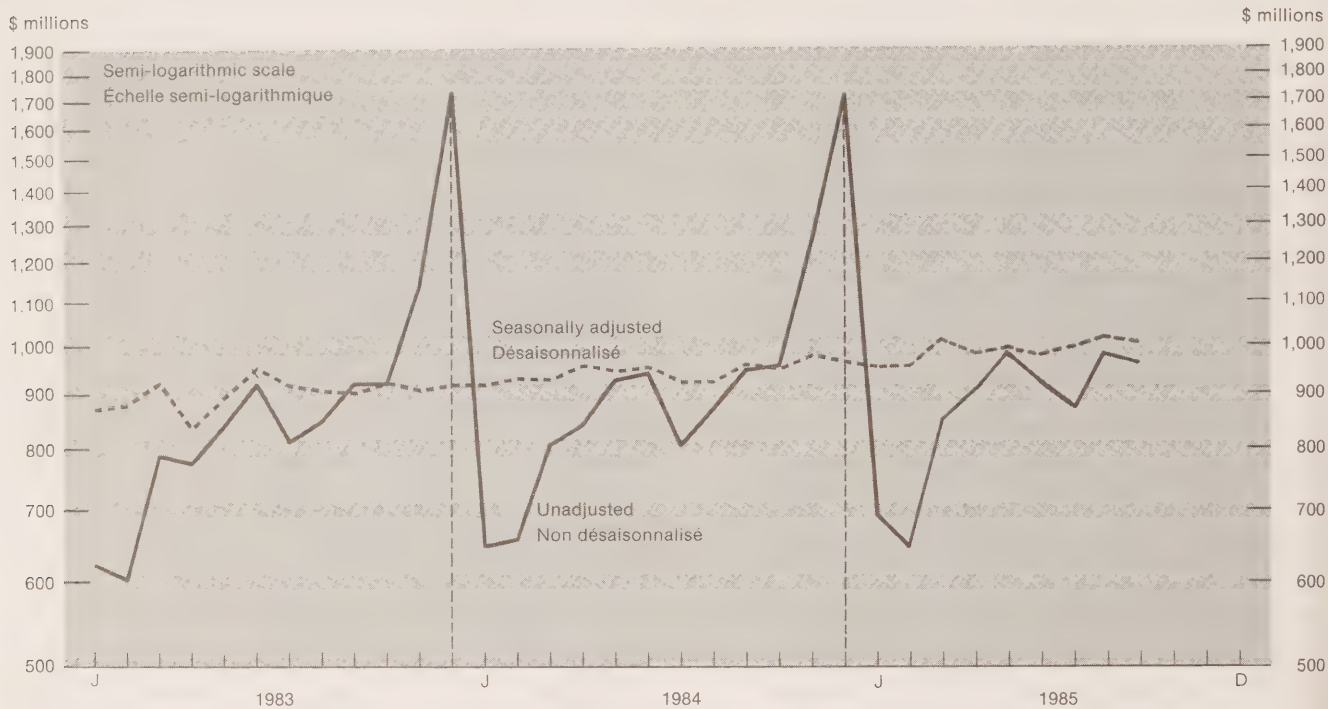


Chart — 2

Graphique — 2

# Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1983-1985

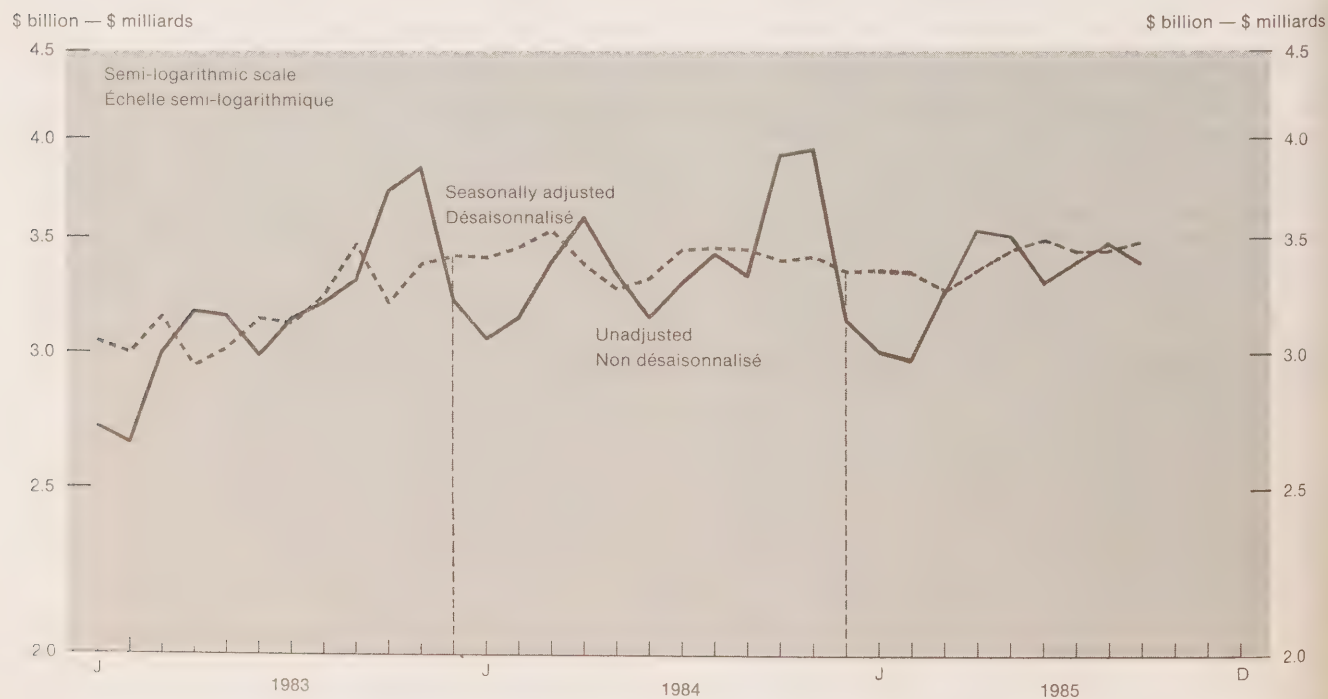


Chart — 3

Graphique — 3

Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1983-1985

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1983-1985

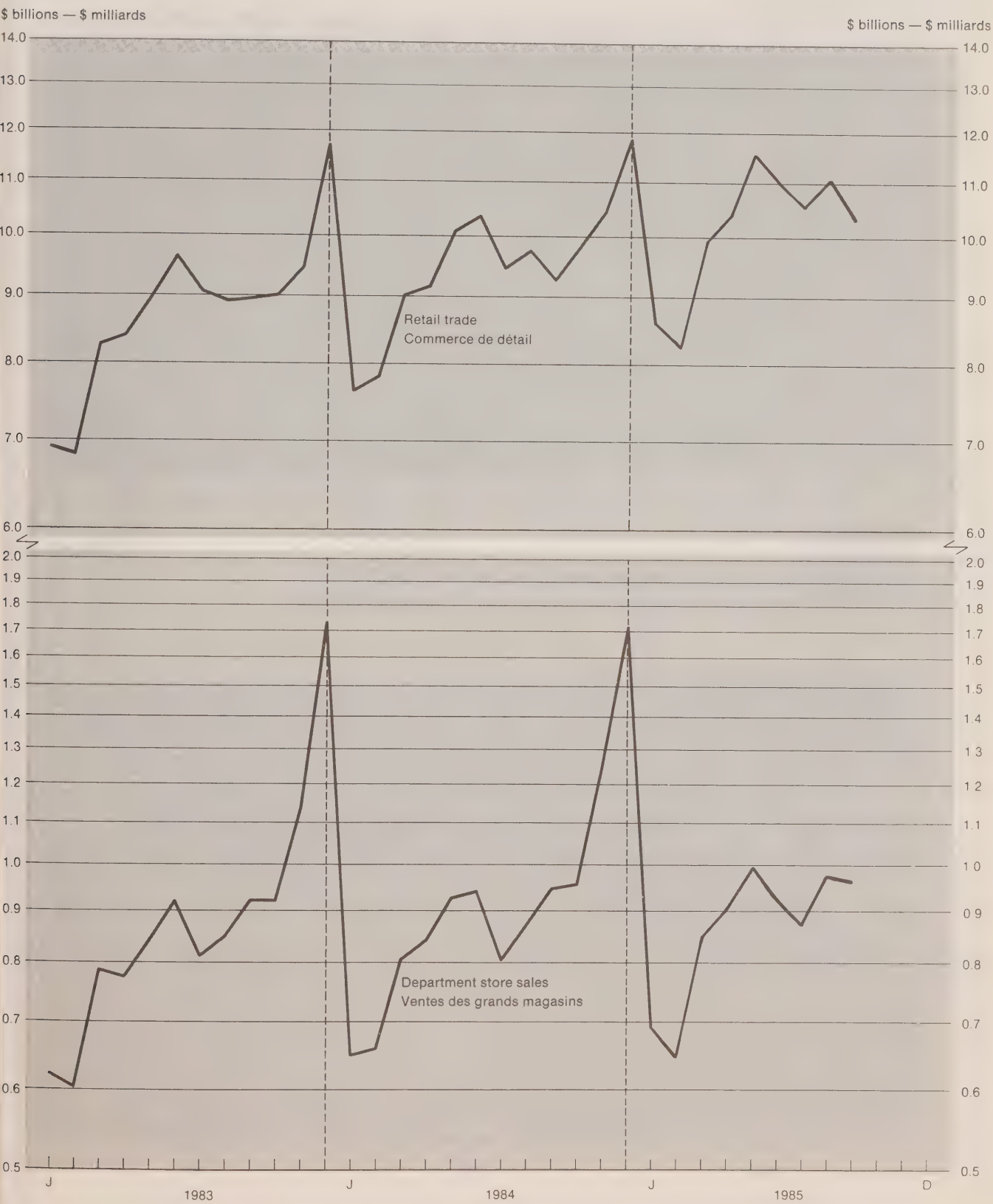


Chart — 4

Graphique — 4

# Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1983-1985

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1983-1985

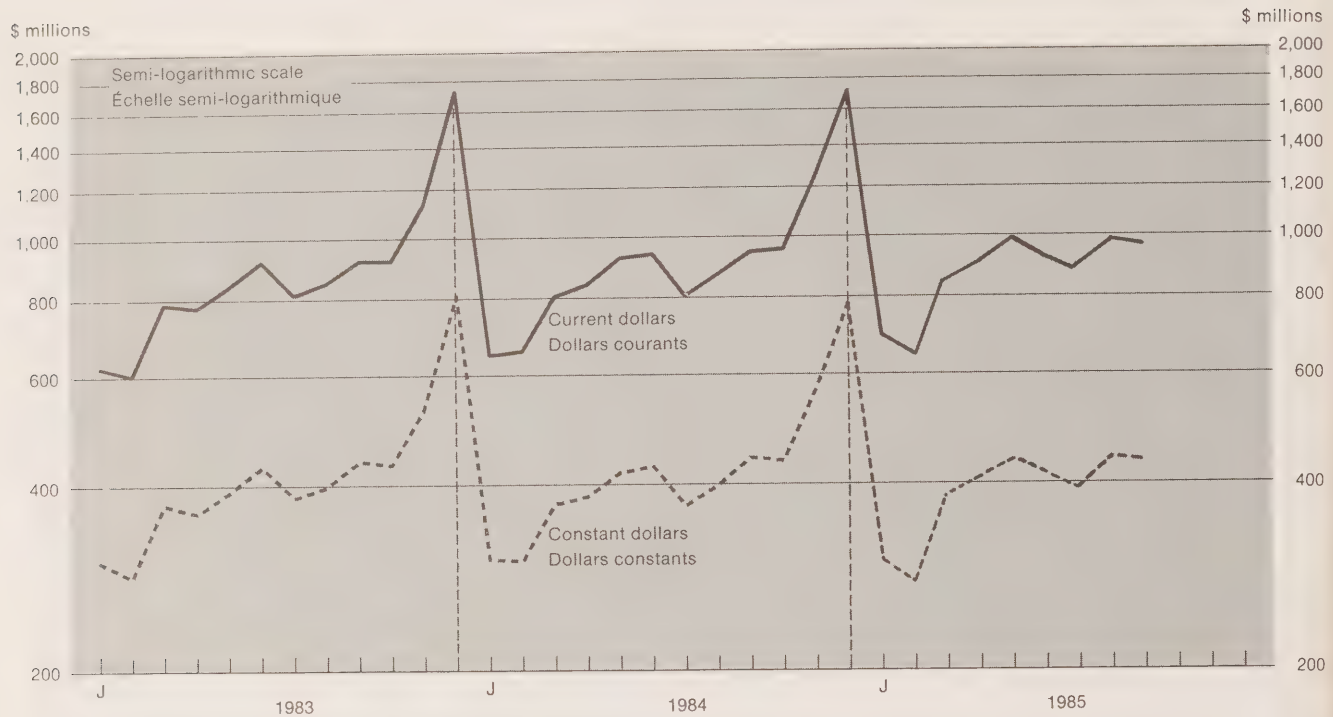
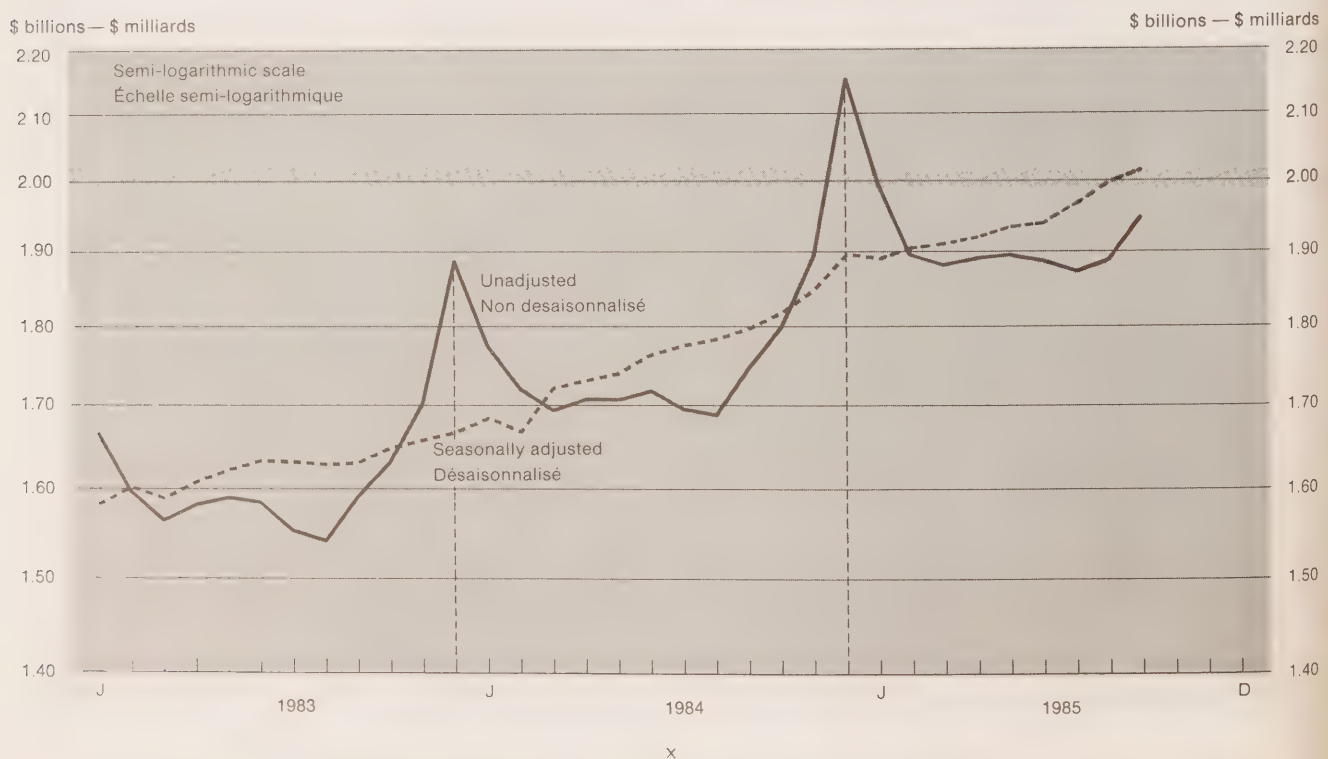


Chart — 5

Graphique — 5

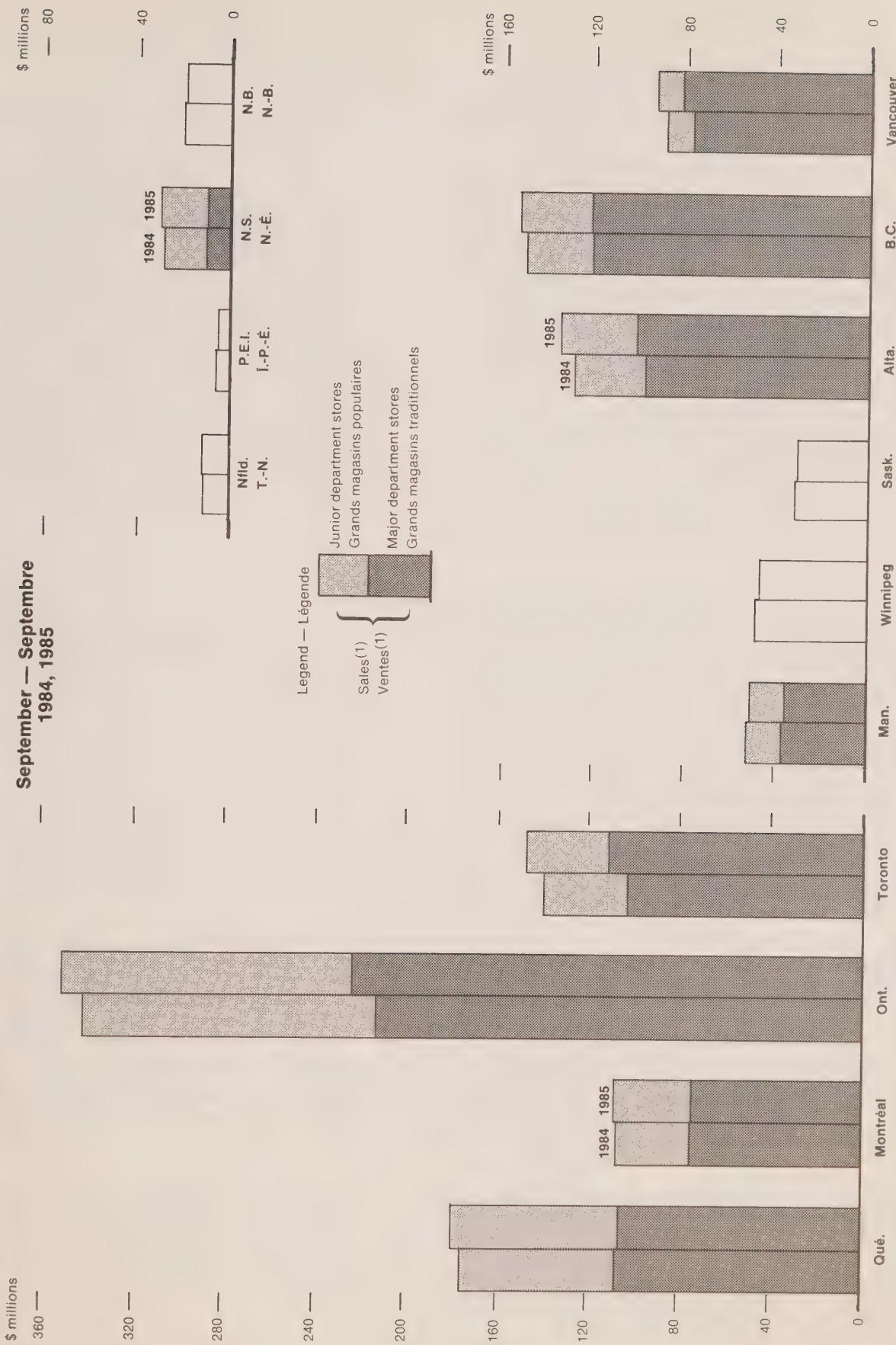
# Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1983-1985

Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985





# Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations



(1) For reasons of confidentiality, the split between the two groups (Major — Junior) is not shown for some regions.  
 (1) Pour des raisons de confidentialité, nous ne montrons pas, pour certaines régions, la subdivision en deux groupes (Traditionnels — Populaires).



## HIGHLIGHTS

### Seasonally Adjusted Sales

- Adjusted for seasonal fluctuations, holidays and the number of trading days, total department store sales in September 1985 decreased by 1.4% to \$1,005.4 million from the revised August 1985 level of \$1,020.0 million. Among the 24 departments recording lower sales, the most notable decreases were reported in television, radio and music (-13.4%), girls' and teenage girls' wear (-12.1%), and boys' clothing and furnishings (-11.0%). The largest increases were recorded in gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies (+17.3%), women's and misses' coats and suits (+17.1%) and furniture (+7.4%).

### Unadjusted Sales

- Department stores in Canada reported unadjusted sales totalling \$964.8 million in September 1985, up 1.8% from the September 1984 level. Sales were higher in 21 of the 40 departments with the largest increases reported in hardware, paints, wallpaper, etc. (+18.3%), floor coverings (+15.2%) and furs (+13.8%). The most notable decreases were recorded for photographic equipment and supplies (-12.9%), girls' and teenage girls' wear (-10.8%) and piece goods (-8.4%).
- At the provincial level, when compared to last year, department store sales were higher in six provinces. Gains ranged from 0.5% in Nova Scotia to 5.3% in Alberta. Sales decreases ranged from 2.8% in New Brunswick to 8.7% in Prince Edward Island. With the exception of Winnipeg (-3.6%), sales increased in all remaining metropolitan areas surveyed with gains ranging from 0.4% in Ottawa-Hull to 8.4% in Hamilton.
- Sales by major department stores in September 1985 reached \$626.9 million, up 1.2% from the corresponding month a year earlier, while junior department stores had sales of \$338.0 million, up 3.1% over the same period last year.

## POINTS SAILLANTS

### Ventes désaisonnalisées

- Les ventes des grands magasins, corrigées en fonction des variations saisonnières et du nombre de journées d'affaires, ont diminué de 1.4% en septembre 1985, en regard du mois d'août 1985 (\$1,020.0 millions - chiffre révisé) pour s'établir à \$1,005.4 millions. Des 24 rayons qui ont connu des baisses des ventes, on a constaté les diminutions les plus marquées dans les rayons de téléviseurs, radios et musique (-13.4%), de vêtements de fillettes et d'adolescentes (-12.1%) et de vêtements et articles d'habillements pour garçons (-11.0%). Par contre, les plus fortes hausses des ventes ont été observées dans les rayons d'essence, huile, accessoires d'automobiles, réparation et fournitures (+17.3%), de manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles (+17.1%) et de meubles (+7.4%).

### Ventes non désaisonnalisées

- Les ventes des grands magasins, sans ajustements saisonniers, ont totalisé \$964.8 millions en septembre 1985, soit 1.8% de plus qu'en septembre 1984. Des 40 rayons pour lesquels on recueille des données, 21 ont indiqué des hausses. Les augmentations les plus fortes ont été enregistrées dans les rayons de quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. (+18.3%), de revêtements de plancher (+15.2%) et de fourrures (+13.8%). Les baisses les plus notables ont été signalées dans les rayons d'appareils et fournitures photographiques (-12.9%), de vêtements de fillettes et d'adolescentes (-10.8%) et de tissus à la pièce (-8.4%).
- Au niveau provincial, les ventes des grands magasins ont haussé dans six provinces, par rapport à l'an dernier. Les augmentations s'échelonnant de 0.5% en Nouvelle-Écosse à 5.3% en Alberta. Les baisses des ventes étaient comprises entre 2.8% au Nouveau-Brunswick et 8.7% à l'Île-du-Prince-Édouard. À l'exception de Winnipeg qui a signalé une baisse de 3.6%, toutes les régions métropolitaines visées par l'enquête ont rapporté des ventes accrues, les gains s'échelonnant de 0.4% à Ottawa-Hull à 8.4% à Hamilton.
- Les ventes des grands magasins traditionnels, en septembre 1985, se sont chiffrées à \$626.9 millions, soit une hausse de 1.2% par rapport aux ventes enregistrées à pareille date l'an dernier. Les grands magasins populaires ont, quant à eux, indiqué des ventes s'élevant à \$338.0 millions, ce qui représente un gain de 3.1% en regard de septembre de l'année dernière.

- In September 1985, there were 800 retail locations operated by department store organizations, four more than the number reported for August 1985, and four more than in September 1984. Of this total number, 319 locations were operated by major department store organizations and 481 by junior department store organizations.
- Cumulative unadjusted sales of all department stores for the third quarter of 1985 reached \$2,820.4 million, 7.4% higher than the \$2,626.4 million reported in 1984. Cumulative sales for the first nine months of 1985 totalled \$7,828.9 million, an increase of 5.0% over the \$7,457.7 million reported a year earlier.
- In September 1985, total department store sales constituted 9.4% of all retail sales in Canada, a decrease from the 10.1% share held in September 1984.

#### Stocks

- The unadjusted selling value of inventories held by department stores in September 1985 was \$3,392.8 million, up 2.1% from September 1984. Seasonally adjusted department store stocks totalled \$3,452.6 million, down 0.8% from the August 1985 revised value of \$3,479.5 million.

#### Accounts Receivable

- The total value of accounts receivable of all department store organizations in September 1985 amounted to \$1,953.0 million, up 3.4% from the \$1,888.3 million recorded in August 1985.

- En septembre 1985, on a dénombré un total de 800 points de vente au détail exploités par les sociétés de grands magasins, soit quatre de plus qu'en août 1985 et quatre de plus qu'en septembre 1984. De ce total, 319 ont été exploités par les sociétés de grands magasins traditionnels et 481 par les sociétés de grands magasins populaires.
- Les ventes cumulatives, non désaisonnalisées, pour l'ensemble des grands magasins, ont atteint \$2,820.4 millions au cours du troisième trimestre de 1985, soit 7.4% de plus qu'au cours de la période correspondante en 1984 (\$2,626.4 millions). Les ventes cumulatives pour les neuf premiers mois de 1985, ont totalisé \$7,828.9 millions, soit une hausse de 5.0% par rapport au total de \$7,457.7 millions signalés pour la période correspondante en 1984.
- En septembre 1985, les ventes totales des grands magasins ont représenté 9.4% de l'ensemble des ventes au détail au Canada, soit un recul par rapport à la part de 10.1% détenue en septembre 1984.

#### Stocks

- La valeur marchande, non désaisonnalisée, des stocks détenus en septembre 1985, a haussé de 2.1% par rapport au mois correspondant l'année dernière, pour s'établir à \$3,392.8 millions. La valeur désaisonnalisée des stocks a, quant à elle, connu une baisse de 0.8% par rapport au mois précédent (\$3,479.5 millions - chiffre révisé) et s'est élevée à \$3,452.6 millions.

#### Comptes à recevoir

- En septembre 1985, la valeur totale des créances à recouvrer par les sociétés de grands magasins s'est chiffrée à \$1,953.0 millions, soit 3.4% de plus que la valeur enregistrée en août 1985 (\$1,888.3 millions).

Statistical Tables

Tableaux statistiques



TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,867	10,054	15,827	18,842	25,147	19,332	17,248
2	Women's and misses' coats and suits	13,162	12,112	21,186	17,185	10,924	7,916	7,073
3	Women's and misses' sportswear	33,141	38,002	55,553	58,259	71,734	58,577	52,421
4	Furs	5,127	3,539	1,705	1,236	386	563	1,197
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	18,380	18,267	23,097	24,333	23,718	22,528	21,846
6	Girls' and teenage girls' wear	8,774	9,727	18,744	17,933	18,241	13,813	13,676
7	Lingerie and women's sleepwear	11,844	12,085	15,449	16,045	20,143	16,948	18,156
8	Intimate apparel	9,077	7,928	11,305	11,711	12,584	11,902	11,454
9	Millinery	1,560	1,069	1,179	1,457	1,348	1,149	1,193
10	Women's and girls' hosiery	8,561	7,590	10,813	11,389	11,574	9,495	7,170
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	10,182	9,180	13,746	14,434	16,863	13,197	10,788
12	Women's, misses' and children's footwear	15,387	14,277	24,925	28,338	29,441	23,583	21,099
13	Men's clothing	23,420	23,040	35,906	37,181	38,631	43,374	29,627
14	Men's furnishings	26,318	26,319	39,157	40,122	48,048	56,685	41,988
15	Boys' clothing and furnishings	7,730	7,373	12,535	13,766	13,260	11,846	10,903
16	Men's and boys' footwear	10,677	9,187	16,026	17,360	18,483	18,244	15,187
17	Food and kindred products	51,900	61,856	56,138	63,290	64,008	55,109	50,102
18	Toiletries, cosmetics and drugs	44,181	43,798	50,385	49,880	54,188	51,749	49,399
19	Photographic equipment and supplies	8,596	7,143	9,237	9,744	10,591	13,073	12,362
20	Piece goods	2,809	3,130	4,149	3,304	4,032	3,203	3,124
21	Linens and domestics	31,393	18,082	24,667	24,800	29,360	28,945	31,758
22	Smallwares and notions	9,272	7,386	8,651	7,700	7,483	7,084	7,350
23	China and glassware	7,208	7,887	10,144	9,676	13,474	10,494	10,455
24	Floor coverings	8,851	9,143	11,711	12,475	13,137	12,748	14,385
25	Draperies, curtains and furniture coverings	9,904	9,771	13,429	14,418	16,327	15,489	16,232
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	5,569	4,787	6,403	7,095	6,408	6,341	7,392
27	Furniture	42,715	32,951	45,260	48,996	49,727	50,180	54,593
28	Major appliances	39,936	32,286	41,867	42,455	45,442	45,854	52,979
29	Television, radio and music	32,827	29,117	37,678	35,057	29,059	32,174	33,653
30	Housewares and small electrical appliances	25,526	26,051	26,031	28,339	32,284	32,130	32,496
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	20,892	16,554	22,570	34,262	47,424	40,646	35,819
32	Plumbing, heating and building materials	6,876	5,756	7,315	9,598	11,487	10,014	11,537
33	Jewellery	10,829	12,325	18,174	19,441	24,284	20,432	18,371
34	Toys and games	12,547	13,054	18,893	20,478	18,223	19,636	20,216
35	Sporting goods and luggage	18,858	16,132	20,308	26,535	32,932	32,851	29,996
36	Stationery, books and magazines	22,137	21,397	24,734	24,307	26,250	25,556	22,763
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	11,902	10,041	11,563	14,331	15,342	15,181	14,155
38	Meals and lunches	19,374	17,630	21,869	20,788	21,308	20,882	20,359
39	Repairs and services	10,898	9,123	11,565	10,986	12,149	11,859	11,141
40	All other departments	24,801	21,916	29,183	33,858	45,181	37,375	33,991
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	692,108	647,065	849,077	901,404	990,625	928,157	875,654

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1985		1984				Change Variation		
August	September	September	October	November	December	September 1985/1984	Rayon	
Août	Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Septembre 1985/1984		
Thousands of dollars							NO	
milliers de dollars						per cent		
						pourcentage		
17,824	16,777	15,545	16,077	17,081	22,831	+7.9	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
16,211	21,679	20,934	26,631	28,221	23,182	+3.6	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
60,921	69,204	65,785	56,248	64,239	78,205	+5.2	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
2,445	3,942	3,464	5,537	9,114	7,811	+13.8	Fourrures	4
28,488	25,895	25,928	26,838	29,012	36,901	-0.1	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
30,126	17,091	19,159	15,231	22,441	23,697	-10.8	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
16,108	16,609	17,723	18,511	29,712	48,995	-6.3	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
11,992	12,696	11,857	9,940	11,570	15,153	+7.1	Sous-vêtements	8
1,573	2,107	1,855	2,716	4,273	4,013	+13.6	Chapeaux	9
8,903	12,148	12,557	11,538	12,862	16,253	-3.3	Bas pour dames et fillettes	10
12,966	17,429	17,064	17,847	28,737	41,120	+2.1	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
26,123	30,827	31,867	29,925	34,475	32,200	-3.3	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
36,896	42,783	43,011	41,679	62,353	81,772	-0.5	Vêtements pour hommes	13
42,831	47,670	44,443	42,759	72,134	118,770	+7.3	Articles d'habillement pour hommes	14
24,794	12,921	13,500	13,041	17,219	24,605	-4.3	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
16,557	18,272	17,150	16,448	22,534	26,104	+6.5	Chaussures pour hommes et garçons	16
62,110	52,306	54,011	59,062	79,422	86,944	-3.2	Produits alimentaires et connexes	17
53,736	49,539	49,117	51,859	68,184	126,980	+0.9	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
13,960	10,316	11,839	11,295	15,599	29,572	-12.9	Appareils et fournitures photographiques	19
3,711	3,892	4,249	4,530	4,704	3,605	-8.4	Tissus à la pièce	20
34,275	33,504	32,010	27,969	33,925	46,184	+4.7	Literie et linge de maison	21
7,574	10,412	10,441	9,572	10,645	12,761	-0.3	Menus articles	22
10,324	12,470	11,727	11,760	20,210	37,306	+6.3	Porcelaine et verrerie	23
13,693	14,288	12,402	14,153	16,099	11,948	+15.2	Revêtements de plancher	24
15,231	15,132	15,563	15,731	17,663	17,044	-2.8	Tentures, rideaux et housses	25
8,030	8,085	8,343	8,307	13,047	20,568	-3.1	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
45,912	50,179	44,737	47,236	47,918	43,200	+12.2	Meubles	27
48,418	49,799	46,869	47,118	52,088	54,816	+6.3	Gros appareils ménagers	28
47,884	49,269	53,295	45,651	57,889	89,000	-7.6	Téléviseurs, radios et musique	29
36,452	33,206	31,912	35,955	47,449	80,759	+4.1	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
30,762	26,269	22,203	26,503	29,629	35,435	+18.3	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
9,288	9,065	9,339	10,353	10,639	11,442	-2.9	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
19,805	22,442	20,787	17,998	29,894	67,633	+8.0	Bijouterie	33
21,322	19,491	20,513	31,689	62,080	91,424	-5.0	Jouets et jeux	34
25,082	21,371	20,752	19,092	28,011	47,844	+3.0	Articles de sport et valises	35
35,805	33,336	32,195	24,710	43,591	74,184	+3.5	Papeterie, livres et revues	36
13,427	13,427	13,686	19,614	20,963	21,877	-1.9	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
22,246	20,563	20,778	21,952	26,163	32,636	-1.0	Repas et casse-croûtes	38
11,305	11,047	10,033	12,098	15,849	13,683	+10.1	Services et travaux de réparation	39
34,835	27,385	28,722	31,887	36,654	57,324	-4.7	Tous autres rayons	40
979,945	964,843	947,365	957,060	1,254,292	1,715,781	+1.8	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985

Department	1985						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
	thousands of dollars						
No.	milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	16,279	15,795	17,758	17,242	19,103	16,836	18,297
2 Women's and misses' coats and suits	16,443	16,891	19,946	17,202	18,173	18,133	16,572
3 Women's and misses' sportswear	54,938	55,909	59,245	58,951	63,424	57,997	60,950
4 Furs	3,164	3,111	2,555	4,820	2,245	3,361	3,204
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	24,881	25,953	25,999	24,552	25,081	25,026	25,460
6 Girls' and teenage girls' wear	17,218	15,735	19,400	17,879	18,534	15,676	18,361
7 Lingerie and women's sleepwear	20,356	19,788	20,443	19,720	20,505	19,111	22,152
8 Intimate apparel	11,360	11,190	11,745	11,584	11,652	11,270	11,907
9 Millinery	1,974	1,917	1,949	1,978	2,004	1,936	1,996
10 Women's and girls' hosiery	10,653	10,544	11,216	10,834	11,118	11,177	11,083
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	17,288	17,260	17,785	17,042	17,742	17,021	17,176
12 Women's, misses' and children's footwear	25,658	25,496	26,839	26,192	27,405	24,683	27,859
13 Men's clothing	38,231	39,618	40,519	40,743	42,553	42,742	43,490
14 Men's furnishings	47,824	48,841	52,864	50,736	54,850	51,201	53,903
15 Boys' clothing and furnishings	14,071	13,853	14,660	13,815	14,112	13,927	14,569
16 Men's and boys' footwear	17,615	15,993	18,771	16,538	17,043	16,890	18,471
17 Food and kindred products	61,438	62,596	62,967	61,521	61,521	63,285	59,093
18 Toiletries, cosmetics and drugs	56,885	58,066	58,495	57,753	59,191	60,087	58,637
19 Photographic equipment and supplies	12,556	11,919	12,566	12,729	12,309	12,818	12,615
20 Piece goods	3,360	3,713	3,817	3,516	3,873	3,670	3,733
21 Linens and domestics	29,407	30,819	31,873	30,750	31,003	30,175	30,209
22 Smallwares and notions	8,670	8,923	9,340	8,945	9,223	9,295	8,872
23 China and glassware	12,588	12,669	13,280	13,536	13,439	13,687	13,000
24 Floor coverings	10,566	11,628	11,900	12,229	13,151	13,171	13,463
25 Draperies, curtains and furniture coverings	13,993	14,220	14,409	14,007	14,637	14,582	15,008
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7,585	7,882	8,215	8,682	7,783	8,341	8,434
27 Furniture	45,164	45,043	48,178	50,116	44,991	46,870	45,152
28 Major appliances	44,538	45,415	46,768	46,833	45,358	43,742	45,972
29 Television, radio and music	39,940	42,429	43,009	43,394	37,924	43,366	40,406
30 Housewares and small electrical appliances	36,843	35,867	36,644	34,901	34,652	35,060	36,005
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	29,058	26,480	28,516	32,688	33,677	33,102	35,345
32 Plumbing, heating and building materials	9,483	8,794	9,358	9,095	9,139	8,369	9,771
33 Jewellery	22,559	22,962	24,811	24,990	25,308	24,294	24,492
34 Toys and games	31,623	30,273	32,068	30,796	30,124	31,909	31,140
35 Sporting goods and luggage	27,258	28,226	27,382	27,220	26,866	26,201	26,282
36 Stationery, books and magazines	31,571	31,127	32,423	31,644	31,612	31,783	29,876
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	14,318	14,487	14,300	14,330	14,519	14,932	14,715
38 Meals and lunches	21,966	22,022	22,816	22,349	22,196	22,250	21,770
39 Repairs and services	12,324	11,202	11,876	12,206	12,206	12,396	12,561
40 All other departments	34,387	33,577	34,586	33,467	34,211	34,096	36,365
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	956,034	958,235	1,001,292	987,684	994,457	984,468	998,366

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1985		1984				Change - Variation		
August <sup>F</sup>	September <sup>P</sup>	September	October	November	December	September/ August 1985	Rayon	
Août <sup>F</sup>	Septembre <sup>P</sup>	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Septembre/ août 1985		N°
thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
17,486	17,626	15,882	16,617	15,842	16,012	+0.8	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
15,698	18,374	17,333	16,392	17,232	16,572	+17.1	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
60,880	59,291	53,486	55,615	56,579	54,511	-2.6	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
4,055	4,299	3,696	3,873	4,221	3,331	+6.0	Fourrures	4
25,366	25,247	24,553	24,422	24,817	24,467	-0.5	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
18,810	16,538	17,111	16,023	18,236	16,047	-12.1	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
19,918	18,820	19,607	19,641	20,378	20,071	-5.5	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
11,917	12,132	11,159	10,873	10,959	11,092	+1.8	Sous-vêtements	8
2,458	2,269	2,052	1,982	2,028	1,680	-7.7	Chapeaux	9
10,974	10,705	10,667	10,291	10,520	10,290	-2.5	Bas pour dames et fillettes	10
17,287	17,418	16,601	16,677	18,139	17,143	+0.8	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
25,971	25,772	25,283	25,169	25,627	25,317	-0.8	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
43,572	41,692	39,715	39,739	41,891	41,999	-4.3	Vêtements pour hommes	13
54,171	52,935	47,988	46,847	48,385	47,510	-2.3	Articles d'habillement pour hommes	14
15,731	13,996	13,762	13,737	13,786	13,674	-11.0	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
17,654	17,556	15,880	16,187	16,627	16,975	-0.6	Chaussures pour hommes et garçons	16
60,827	61,488	63,469	61,676	63,157	63,684	+1.1	Produits alimentaires et connexes	17
59,612	58,992	56,312	54,878	57,870	57,555	-1.0	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
12,959	11,812	13,006	12,896	12,936	12,857	-8.9	Appareils et fournitures photographiques	19
3,595	3,604	3,755	3,781	3,797	3,629	+0.3	Tissus à la pièce	20
32,806	31,169	29,269	28,038	30,857	29,597	-5.0	Literie et linge de maison	21
8,843	8,995	8,877	8,357	8,515	8,762	+1.7	Menus articles	22
13,225	14,172	12,990	13,600	13,583	13,907	+7.2	Porcelaine et verrerie	23
14,090	14,058	12,519	11,633	13,009	12,068	-0.2	Revêtements de plancher	24
15,198	15,071	15,352	14,812	15,110	14,833	-0.8	Tentures, rideaux et housses	25
8,852	8,625	8,773	8,359	8,847	8,949	-2.6	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
47,090	50,586	45,147	45,790	46,458	45,024	+7.4	Meubles	27
47,577	48,274	45,032	43,571	46,663	50,116	+1.5	Gros appareils ménagers	28
51,221	44,356	46,607	43,152	43,204	44,107	-13.4	Téléviseurs, radios et musique	29
38,634	37,705	35,907	36,198	37,240	36,971	-2.4	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
32,938	32,497	24,887	25,922	27,767	26,309	-1.3	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
9,349	9,850	10,329	9,798	9,967	10,763	+5.4	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
24,772	24,625	21,877	21,570	21,977	22,753	-0.6	Bijouterie	33
32,291	31,298	32,175	30,291	27,851	26,188	-3.1	Jouets et jeux	34
26,641	26,749	25,763	25,614	27,099	25,640	+0.4	Articles de sport et valises	35
32,471	32,602	31,829	29,518	32,280	31,347	+0.4	Papeterie, livres et revues	36
13,799	16,181	16,480	16,849	15,825	16,567	+17.3	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
22,178	22,185	22,082	22,107	22,442	22,237	--	Repas et casse-croûtes	38
12,366	12,216	11,100	11,094	11,377	11,044	-1.2	Services et travaux de réparation	39
36,764	33,630	34,068	34,937	34,994	34,397	-8.5	Tous autres rayons	40
1,020,045	1,005,406	962,379	948,526	978,095	965,994	-1.4	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

		1985						
Province		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Newfoundland	6,952	7,096	9,731	10,888	12,108	11,545	10,794
2	Prince Edward Island	4,074	3,852	4,567	5,274	5,531	5,837	6,595
3	Nova Scotia	18,630	18,740	25,876	28,657	31,526	31,991	28,983
4	New Brunswick	13,276	12,894	18,127	19,339	21,776	20,529	18,852
5	Quebec	130,436	121,067	160,174	175,359	199,264	176,088	164,993
6	Ontario	248,605	230,686	304,119	329,678	358,424	344,864	322,440
7	Manitoba	34,415	33,067	46,213	48,619	51,033	47,723	45,315
8	Saskatchewan	22,137	20,906	27,964	29,300	31,499	28,559	28,281
9	Alberta	97,925	91,754	117,811	117,594	131,665	119,766	115,381
10	British Columbia	115,658	107,002	134,497	136,697	147,799	141,256	134,021
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-	-
12	CANADA	692,108	647,065	849,077	901,404	990,625	928,157	875,654

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

		1985						
Selected metropolitan areas		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Calgary	37,702	35,612	45,068	44,971	50,471	46,784	44,364
2	Edmonton	44,148	40,891	52,733	52,316	59,076	53,206	51,338
3	Halifax-Dartmouth	11,130	10,743	14,671	15,563	17,662	17,965	16,045
4	Hamilton	19,486	16,635	21,422	24,210	26,387	24,478	23,652
5	Montréal	78,812	73,022	94,865	102,956	115,914	103,375	93,809
6	Ottawa-Hull	30,661	27,879	37,643	38,845	45,490	39,575	38,505
7	Quebec City	18,428	16,465	21,969	23,695	28,547	24,955	24,004
8	Toronto	99,553	95,090	125,686	130,664	139,376	138,949	124,716
9	Vancouver	70,220	64,386	80,280	80,174	87,331	84,774	77,798
10	Winnipeg	31,341	29,981	41,482	43,706	46,154	42,837	41,069



TABLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1984 et 1985

1985		1984				Change Variation	Province	N <sup>o</sup>
August	September	September	October	November	December	September 1985/1984		
Août	Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Septembre 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
12,654	11,290	11,141	12,329	16,271	23,157	+1.3	Terre-Neuve	1
6,559	5,012	5,490	5,624	7,412	10,707	-8.7	Île-du-Prince-Édouard	2
32,191	29,139	28,999	30,813	43,553	61,171	+0.5	Nouvelle-Écosse	3
21,391	19,570	20,138	21,328	30,789	40,972	-2.8	Nouveau-Brunswick	4
190,292	179,505	176,106	182,239	230,121	311,798	+1.9	Québec	5
357,963	350,990	341,081	346,765	472,695	652,243	+2.9	Ontario	6
50,957	50,634	52,448	49,639	65,859	85,871	-3.5	Manitoba	7
31,460	30,531	31,473	30,177	41,146	53,485	-3.0	Saskatchewan	8
129,117	134,799	127,993	126,976	158,726	218,029	+5.3	Alberta	9
147,360	153,372	149,146	148,115	184,827	253,420	+2.8	Colombie-Britannique	10
-	-	3,350	3,054	2,894	4,928	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
979,945	964,843	947,365	957,060	1,254,292	1,715,781	+1.8	CANADA	12

TABLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

1985		1984				Change Variation	Certaines zones métropolitaines	N <sup>o</sup>
August	September	September	October	November	December	September 1985/1984		
Août	Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Septembre 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
49,407	52,048	49,079	48,618	60,020	83,892	+6.0	Calgary	1
58,667	60,521	57,612	57,446	71,344	96,074	+5.0	Edmonton	2
17,632	16,888	16,665	17,572	24,904	32,904	+1.3	Halifax-Dartmouth	3
23,643	26,562	24,493	25,892	32,526	50,915	+8.4	Hamilton	4
12,176	108,016	106,689	108,137	138,914	190,400	+1.2	Montréal	5
42,826	42,893	42,719	44,593	56,416	73,494	+0.4	Ottawa-Hull	6
25,914	25,481	24,577	25,644	31,863	40,556	+3.7	Ville de Québec	7
41,675	146,586	139,209	139,154	188,655	263,715	+5.3	Toronto	8
84,663	93,003	88,171	87,881	108,850	148,953	+5.5	Vancouver	9
45,816	45,929	47,664	44,889	59,918	76,858	-3.6	Winnipeg	10

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

		1985						
Province		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x
2	Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x
3	Nova Scotia	7,353	6,567	9,188	9,717	10,259	10,862	9,723
4	New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x
5	Quebec	75,980	67,700	90,490	95,938	109,889	97,397	91,020
6	Ontario	153,708	138,416	185,694	191,431	206,083	199,764	190,466
7	Manitoba	23,448	21,585	30,515	30,889	30,978	29,066	28,534
8	Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x
9	Alberta	76,498	69,584	87,813	86,695	95,243	86,065	83,289
10	British Columbia	95,162	86,133	107,111	107,696	113,074	107,943	102,606
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-	-
12	CANADA	453,711	409,143	537,063	549,234	594,109	557,754	532,232

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

		1985						
Selected metropolitan areas		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Calgary	30,048	27,906	34,770	34,678	37,994	34,846	33,254
2	Edmonton	35,184	31,384	40,019	39,005	43,339	38,937	37,973
3	Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x
4	Hamilton	14,872	12,214	15,555	17,471	18,781	17,292	17,339
5	Montréal	51,972	47,044	61,779	65,112	74,094	66,021	59,876
6	Ottawa-Hull	19,758	16,730	23,497	22,833	27,075	24,082	23,847
7	Quebec City	x	x	x	x	x	x	x
8	Toronto	72,416	69,020	93,501	93,067	97,410	98,228	88,056
9	Vancouver	62,059	56,067	69,426	68,968	74,419	72,571	66,687
10	Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985

1985		1984				Change Variation		
August	September	September	October	November	December	September 1985/1984	Province	
Août	Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Septembre 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars							N <sup>o</sup>	
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Ile-du-Prince-Édouard	2
10,414	10,693	10,873	11,086	15,666	20,626	-1.7	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
105,825	105,573	106,580	107,600	135,411	173,829	-0.9	Québec	5
209,078	222,536	213,139	214,317	292,214	386,092	+4.4	Ontario	6
31,337	35,158	36,495	32,513	43,967	54,203	-3.7	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
92,665	101,277	97,543	94,529	120,054	160,601	+3.8	Alberta	9
111,154	120,883	120,456	118,969	148,121	198,033	+0.4	Colombie-Britannique	10
-	-	x	x	x	x	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
588,786	626,857	619,430	611,524	799,105	1,049,201	+1.2	CANADA	12

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

No.	Province	1985					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars	-	milliers de dollars			
1	Newfoundland	x	x	x	x	x	x
2	Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x
3	Nova Scotia	11,277	12,173	16,688	18,939	21,267	21,129
4	New Brunswick	x	x	x	x	x	x
5	Quebec	54,456	53,367	69,684	79,421	89,375	78,691
6	Ontario	94,898	92,269	118,425	138,246	152,341	145,100
7	Manitoba	10,967	11,482	15,698	17,729	20,055	18,658
8	Saskatchewan	x	x	x	x	x	x
9	Alberta	21,426	22,170	29,998	30,899	36,422	33,701
10	British Columbia	20,496	20,869	27,386	29,001	34,725	33,314
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12	CANADA	238,397	237,922	312,014	352,171	396,516	370,404

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars	-	milliers de dollars			
1	Calgary	7,655	7,707	10,298	10,293	12,477	11,938
2	Edmonton	8,965	9,507	12,714	13,311	15,738	14,269
3	Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x
4	Hamilton	4,614	4,421	5,868	6,739	7,606	7,186
5	Montréal	26,840	25,978	33,087	37,844	41,819	37,354
6	Ottawa-Hull	10,903	11,149	14,147	16,012	18,416	15,494
7	Quebec City	x	x	x	x	x	x
8	Toronto	27,136	26,070	32,185	37,597	41,966	40,721
9	Vancouver	8,161	8,320	10,854	11,206	12,913	12,202
10	Winnipeg	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985

1985		1984				Change Variation		
August	September	September	October	November	December	September 1985/1984	Province	
AOût	Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Septembre 1985/1984		N°
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
21,777	18,446	18,126	19,727	27,887	40,544	+1.8	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
84,468	73,933	69,526	74,639	94,710	137,969	+6.3	Québec	5
148,885	128,454	127,942	132,448	180,480	266,151	+0.4	Ontario	6
19,620	15,476	15,953	17,126	21,892	31,669	-3.0	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
36,453	33,523	30,450	32,447	38,673	57,427	+10.1	Alberta	9
36,206	32,489	28,690	29,147	36,706	55,387	+13.2	Colombie-Britannique	10
-	-	x	x	x	x	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
391,160	337,985	327,935	345,536	455,187	666,580	+3.1	CANADA	12

TABLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]



TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

No.	Province	1985					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		number - nombre					
1	Newfoundland	14	14	14	14	14	14
2	Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7
3	Nova Scotia	33	33	33	34	34	34
4	New Brunswick	27	27	27	27	27	27
5	Quebec	163	163	163	163	163	163
6	Ontario	297	297	297	297	297	297
7	Manitoba	38	38	38	38	38	38
8	Saskatchewan	32	32	32	32	32	32
9	Alberta	81	81	81	81	81	81
10	British Columbia	102	101	101	101	102	102
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12	CANADA	794(1)	793	793	794	795	795

(1) The decrease of seven stores is due to the reclassification of these department stores to other kinds of business.

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		number - nombre					
1	Calgary	26	26	26	26	26	26
2	Edmonton	33	33	33	33	33	33
3	Halifax-Dartmouth	14	14	14	14	15	15
4	Hamilton	24	24	24	24	25	25
5	Montréal	76	76	76	76	76	76
6	Ottawa-Hull	32	32	32	32	32	32
7	Quebec City	22	22	22	22	22	22
8	Toronto	88	88	88	88	88	88
9	Vancouver	41	41	41	41	42	42
10	Winnipeg	30	30	30	30	30	30

TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1984 et 1985

1985			1984				Province	N <sup>o</sup>
July	August	September	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre								
14	14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
34	34	34	33	33	33	33	Nouvelle-Écosse	3
26	26	26	27	27	27	27	Nouveau-Brunswick	4
162	163	163	160	161	163	163	Québec	5
298	301	304	297	298	298	298	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
32	32	32	31	32	32	32	Saskatchewan	8
80	80	81	81	81	81	81	Alberta	9
101	101	101	102	102	102	102	Colombie-Britannique	10
-	-	-	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
792	796	800	796	799	801	801	CANADA	12

(1) La baisse de sept magasins a été causée par la reclassification de ces magasins à d'autres genres de commerce.

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

No.	Province	1985					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		number - nombre					
1	Newfoundland	6	6	6	6	6	6
2	Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3
3	Nova Scotia	7	7	7	7	7	7
4	New Brunswick	4	4	4	4	4	4
5	Quebec	55	55	55	55	54	54
6	Ontario	109	109	109	109	109	109
7	Manitoba	18	18	18	18	17	17
8	Saskatchewan	15	15	15	15	15	15
9	Alberta	46	46	46	46	45	45
10	British Columbia	60	59	59	59	53	53
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12	CANADA	323	322	322	322	313	313

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		number - nombre					
1	Calgary	14	14	14	14	14	14
2	Edmonton	18	18	18	18	18	18
3	Halifax-Dartmouth	6	6	6	6	6	6
4	Hamilton	14	14	14	14	14	14
5	Montréal	30	30	30	30	30	30
6	Ottawa-Hull	12	12	12	12	12	12
7	Quebec City	8	8	8	8	8	8
8	Toronto	40	40	40	40	40	40
9	Vancouver	26	26	26	26	27	27
10	Winnipeg	13	13	13	13	13	13

TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985

1985			1984					
July	August	September	September	October	November	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		N <sup>o</sup>
number - nombre								
6	6	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2
7	7	7	7	7	7	7	Nouvelle-Écosse	3
4	4	4	4	4	4	4	Nouveau-Brunswick	4
54	54	54	54	55	55	55	Québec	5
110	113	116	110	110	110	110	Ontario	6
17	17	17	18	18	18	18	Manitoba	7
15	15	15	15	15	15	15	Saskatchewan	8
44	44	45	46	46	46	46	Alberta	9
52	52	52	60	60	60	60	Colombie-Britannique	10
-	-	-	5	5	5	5	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
312	315	319	328	329	329	329	CANADA	12

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

Province	1985					
	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre					
1 Newfoundland	8	8	8	8	8	8
2 Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4
3 Nova Scotia	26	26	26	27	27	27
4 New Brunswick	23	23	23	23	23	23
5 Quebec	108	108	108	108	109	109
6 Ontario	188	188	188	188	188	188
7 Manitoba	20	20	20	20	21	21
8 Saskatchewan	17	17	17	17	17	17
9 Alberta	35	35	35	35	36	36
10 British Columbia	42	42	42	42	49	49
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12 CANADA	471	471	471	472	482	482

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

Selected metropolitan areas	1985					
	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre					
1 Calgary	12	12	12	12	12	12
2 Edmonton	15	15	15	15	15	15
3 Halifax-Dartmouth	8	8	8	8	9	9
4 Hamilton	10	10	10	10	11	11
5 Montréal	46	46	46	46	46	46
6 Ottawa-Hull	20	20	20	20	20	20
7 Quebec City	14	14	14	14	14	14
8 Toronto	48	48	48	48	48	48
9 Vancouver	15	15	15	15	15	15
10 Winnipeg	17	17	17	17	17	17



TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985

1985			1984				Province	No
July	August	September	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre								
8	8	8	8	8	8	8	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
27	27	27	26	26	26	26	Nouvelle-Écosse	3
22	22	22	23	23	23	23	Nouveau-Brunswick	4
108	109	109	106	106	108	108	Québec	5
188	188	188	187	188	188	188	Ontario	6
21	21	21	20	20	20	20	Manitoba	7
17	17	17	16	17	17	17	Saskatchewan	8
36	36	36	35	35	35	35	Alberta	9
49	49	49	42	42	42	42	Colombie-Britannique	10
-	-	-	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
<b>480</b>	<b>481</b>	<b>481</b>	<b>468</b>	<b>470</b>	<b>472</b>	<b>472</b>	<b>CANADA</b>	<b>12</b>

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]

TABLE 15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985  
January-September

TABLEAU 15. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985  
Janvier-septembre

Department Rayon No.	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	135,227	149,918	+10.9
2 Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	124,433	127,448	+2.4
3 Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et jeunes filles	455,472	497,812	+9.3
4 Furs - Fourrures	17,907	20,140	+12.5
5 Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	199,273	206,552	+3.7
6 Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	138,488	148,125	+7.0
7 Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	142,702	143,387	+0.5
8 Intimate apparel - Sous-vêtements	93,690	100,649	+7.4
9 Millinery - Chapeaux	11,592	12,635	+9.0
10 Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	85,822	87,643	+2.1
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	111,875	118,785	+6.2
12 Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	205,162	214,000	+4.3
13 Men's clothing - Vêtements pour hommes	288,313	310,858	+7.8
14 Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	341,032	369,138	+8.2
15 Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habil- lement pour garçons	106,453	115,128	+8.1
16 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	130,351	139,993	+7.4
17 Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	504,617	516,819	+2.4
18 Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	406,020	446,855	+10.1
19 Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	100,271	95,122	-5.1
20 Piece goods - Tissus à la pièce	34,356	31,354	-8.7
21 Linens and domestics - Literie et liné de maison	238,769	256,784	+7.5
22 Smallwares and notions - Menus articles	68,201	72,912	+6.9
23 China and glassware - Porcelaine et verrerie	87,821	92,132	+4.9
24 Floor coverings - Revêtements de plancher	102,402	110,431	+7.8
25 Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	128,469	125,933	-2.0
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	63,493	60,110	-5.3
27 Furniture - Meubles	394,147	420,513	+6.7
28 Major appliances - Gros appareils ménagers	384,451	399,036	+3.8
29 Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique	327,680	326,718	-0.3
30 Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	272,530	272,515	--
31 Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	228,883	275,198	+20.2
32 Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	93,466	80,936	-13.4
33 Jewellery - Bijouterie	149,954	166,103	+10.8
34 Toys and games - Jouets et jeux	148,227	163,860	+10.5
35 Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	217,063	224,065	+3.2
36 Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	231,762	236,285	+2.0
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	143,406	119,369	-16.8
38 Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	184,467	185,019	+0.3
39 Repairs and services - Services et travaux de réparation	87,474	100,073	+14.4
40 All other departments - Tous autres rayons	272,017	288,525	+6.1
41 ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	7,457,738	7,828,878	+5.0

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985  
January-September

TABLEAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1984 et 1985  
Janvier-septembre

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	86,359	93,058	+7.8
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	46,561	47,301	+1.6
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	221,676	245,733	+10.9
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	162,553	165,754	+2.0
Québec	1,404,580	1,497,178	+6.6
Ontario	2,678,451	2,847,769	+6.3
Manitoba	393,861	407,976	+3.6
Saskatchewan	241,617	250,637	+3.7
Alberta	1,017,731	1,055,812	+3.7
British Columbia - Colombie-Britannique	1,181,560	1,217,662	+3.1
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	22,786	-	...
<b>CANADA</b>	<b>7,457,738</b>	<b>7,828,878</b>	<b>+5.0</b>

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985  
January-September

TABLEAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines,  
1984 et 1985  
Janvier-septembre

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
Certaines zones métropolitaines	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	385,883	406,427	+5.3
Edmonton	464,246	472,896	+1.9
Halifax-Dartmouth	120,696	138,299	+14.6
Hamilton	197,101	206,475	+4.8
Montréal	823,618	882,945	+7.2
Ottawa-Hull	329,832	344,317	+4.4
Quebec City - Ville de Québec	202,414	209,458	+3.5
Toronto	1,063,399	1,142,295	+7.4
Vancouver	692,475	722,629	+4.4
Winnipeg	357,011	368,315	+3.2

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985  
January-September

TABLERAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985  
Janvier-septembre

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	70,774	84,776	+19.8
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	802,445	839,812	+4.7
Ontario	1,625,841	1,697,176	+4.4
Manitoba	257,739	261,510	+1.5
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	766,761	779,129	+1.6
British Columbia - Colombie-Britannique	942,521	951,762	+1.0
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	-	...
CANADA	4,719,911	4,848,889	+2.7

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985  
January-September

TABLERAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985  
Janvier-septembre

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	299,975	311,256	+3.8
Edmonton	355,283	355,388	--
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	144,796	149,945	+3.6
Montréal	536,621	572,871	+6.8
Ottawa-Hull	207,866	211,222	+1.6
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	769,109	824,283	+7.2
Vancouver	599,122	623,973	+4.1
Winnipeg	x	x	x

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985  
January-September

TABLERAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985  
Janvier-septembre

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	150,903	160,956	+6.7
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	602,133	657,368	+9.2
Ontario	1,052,611	1,150,592	+9.3
Manitoba	136,121	146,466	+7.6
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	250,970	276,683	+10.2
British Columbia - Colombie-Britannique	239,040	265,901	+11.2
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	-	...
CANADA	2,737,826	2,979,991	+8.8

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985  
January-September

TABLERAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines,  
1984 et 1985  
Janvier-septembre

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	85,909	95,173	+10.8
Edmonton	108,962	117,510	+7.8
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	52,306	56,531	+8.1
Montréal	286,992	310,073	+8.0
Ottawa-Hull	121,967	133,099	+9.1
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	294,292	318,010	+8.1
Vancouver	93,355	98,658	+5.7
Winnipeg	x	x	x



TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1983-1985

TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1983-1985

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
<b>1983:</b>						
January - Janvier	623,021	100.0	416,075	66.8	206,946	33.2
February - Février	603,808	100.0	400,059	66.3	203,749	33.7
March - Mars	787,544	100.0	517,493	65.7	270,051	34.3
April - Avril	775,226	100.0	496,409	64.0	278,817	36.0
May - Mai	842,133	100.0	524,430	62.3	317,702	37.7
June - Juin	920,150	100.0	578,341	62.9	341,809	37.1
July - Juillet	813,746	100.0	510,481	62.7	303,265	37.3
August - Août	850,885	100.0	528,907	62.2	321,978	37.8
September - Septembre	922,067	100.0	609,641	66.1	312,425	33.9
October - Octobre	922,014	100.0	605,042	65.6	316,972	34.4
November - Novembre	1,138,763	100.0	741,909	65.2	396,854	34.8
December - Décembre	1,731,121	100.0	1,078,633	62.3	652,488	37.7
Year - Année	10,930,478	100.0	7,007,420	64.1	3,923,056	35.9
<b>1984:</b>						
January - Janvier	649,626	100.0	433,177	66.7	216,450	33.3
February - Février	659,594	100.0	426,537	64.7	233,057	35.3
March - Mars	806,999	100.0	529,691	65.6	277,309	34.4
April - Avril	843,022	100.0	522,096	61.9	320,926	38.1
May - Mai	930,389	100.0	577,533	62.1	352,855	37.9
June - Juin	941,728	100.0	584,661	62.1	357,066	37.9
July - Juillet	806,592	100.0	496,195	61.5	310,397	38.5
August - Août	872,423	100.0	530,591	60.8	341,831	39.2
September - Septembre	947,365	100.0	619,430	65.4	327,935	34.6
October - Octobre	957,060	100.0	611,524	63.9	345,536	36.1
November - Novembre	1,254,292	100.0	799,105	63.7	455,187	36.3
December - Décembre	1,715,781	100.0	1,049,201	61.2	666,580	38.8
Year - Année	11,384,871	100.0	7,179,741	63.1	4,205,129	36.9
<b>1985:</b>						
January - Janvier	692,108	100.0	453,711	65.6	238,397	34.4
February - Février	647,065	100.0	409,143	63.2	237,922	36.8
March - Mars	849,077	100.0	537,063	63.3	312,014	36.7
April - Avril	901,404	100.0	549,234	60.9	352,171	39.1
May - Mai	990,625	100.0	594,109	60.0	396,516	40.0
June - Juin	928,157	100.0	557,754	60.1	370,404	39.9
July - Juillet	875,654	100.0	532,232	60.8	343,422	39.2
August - Août	979,945	100.0	588,786	60.1	391,160	39.9
September - Septembre	964,843	100.0	626,857	65.0	337,985	35.0
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1983-1985  
September

TABLERAU 23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1983-1985  
Septembre

Province and Selected Metropolitan Areas Province et certaines zones métropolitaines	Distribution			Change 1985/1984
	1983	1984	1985	Variation 1985/1984
	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	6.6	6.8	6.4	-5.9
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	14.0	13.6	11.7	-14.0
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	8.6	8.9	7.9	-11.2
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	8.4	8.6	7.8	-9.3
Québec	7.6	7.6	7.1	-6.6
Ontario	9.9	9.8	9.1	-7.1
Manitoba	13.8	14.1	12.0	-14.9
Saskatchewan	8.0	8.9	8.3	-6.7
Alberta	13.8	13.4	12.3	-8.2
British Columbia - Colombie-Britannique	15.0	14.0	13.3	-5.0
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11.2	11.1	...	...
<b>CANADA</b>	<b>10.3</b>	<b>10.1</b>	<b>9.4</b>	<b>-6.9</b>
Montréal	9.9	9.7	9.2	-5.2
Toronto	10.9	11.0	10.4	-5.5
Winnipeg	18.8	19.3	16.4	-15.0
Vancouver	17.8	16.2	15.9	-1.9

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1984 and 1985

		1985							
		January	February	March	April	May	June	July	August
Department		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	39,185	43,993	56,955	60,797	54,107	43,977	52,035	50,520
2	Women's and misses' coats and suits	48,419	65,516	68,340	61,861	53,789	43,361	71,654	82,262
3	Women's and misses' sportswear	128,354	150,980	171,399	178,900	166,346	144,730	145,696	152,682
4	Furs	23,715	19,658	14,917	27,476	28,928	30,362	34,836	37,360
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	71,653	67,973	77,245	89,457	84,937	80,040	93,305	88,047
6	Girls' and teenage girls' wear	37,234	51,030	59,132	54,914	58,342	47,063	64,292	55,065
7	Lingerie and women's sleepwear	44,161	42,405	47,653	55,747	53,175	45,396	45,570	47,129
8	Intimate apparel	46,429	41,490	43,624	45,951	44,588	44,618	42,524	45,661
9	Millinery	3,119	3,418	2,548	3,521	2,990	2,606	2,267	6,039
10	Women's and girls' hosiery	37,889	34,836	38,986	42,035	37,480	34,668	34,978	40,429
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	49,934	48,511	53,600	57,748	53,111	46,410	51,969	60,155
12	Women's, misses' and children's footwear	87,816	99,585	121,486	122,004	113,930	101,511	103,552	107,102
13	Men's clothing	124,638	156,531	171,752	194,346	190,644	166,346	167,514	206,692
14	Men's furnishings	143,096	145,075	166,369	193,067	194,853	154,193	146,076	155,033
15	Boys' clothing and furnishings	42,748	45,631	47,836	46,461	42,819	44,144	62,408	42,024
16	Men's and boys' footwear	59,521	57,489	76,236	80,077	90,324	69,558	73,535	75,167
17	Food and kindred products	41,847	35,361	37,872	38,427	35,161	31,444	33,120	32,166
18	Toiletries, cosmetics and drugs	255,555	208,248	225,060	236,131	234,780	230,330	244,390	242,973
19	Photographic equipment and supplies	55,504	44,500	49,665	52,185	51,054	50,506	51,599	49,928
20	Piece goods	17,949	16,873	21,571	18,654	20,683	20,308	17,758	18,215
21	Linens and domestics	128,300	127,853	134,314	146,716	148,825	142,340	137,044	129,658
22	Smallwares and notions	38,175	35,879	37,555	44,184	47,806	48,739	48,143	49,133
23	China and glassware	68,077	74,719	66,029	85,463	84,766	76,648	77,449	81,931
24	Floor coverings	50,742	47,734	49,746	51,134	51,347	50,529	53,258	55,176
25	Draperies, curtains and furniture coverings	70,093	60,655	65,910	68,661	68,008	65,502	70,348	68,186
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	56,372	53,190	57,261	60,255	63,533	61,939	64,352	66,253
27	Furniture	145,059	145,868	149,735	157,566	152,328	151,943	156,706	152,710
28	Major appliances	67,296	72,678	74,982	76,661	73,394	70,552	69,632	63,275
29	Television, radio and music	133,537	128,146	140,488	153,594	145,992	138,333	132,625	140,840
30	Housewares and small electrical appliances	164,939	151,991	157,505	174,480	166,909	174,343	166,944	166,287
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	116,518	120,579	142,450	148,268	158,719	175,304	161,250	163,188
32	Plumbing, heating and building materials	24,231	21,786	31,394	24,392	25,361	28,840	26,458	26,308
33	Jewellery	109,160	96,901	107,128	113,812	113,439	109,202	113,481	121,103
34	Toys and games	112,665	109,764	121,590	141,558	153,617	158,887	183,356	199,802
35	Sporting goods and luggage	113,507	110,606	133,988	160,378	159,668	145,230	136,961	138,586
36	Stationery, books and magazines	135,422	125,423	130,744	139,442	144,907	133,691	142,334	139,433
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	53,925	50,203	53,851	54,543	53,906	52,859	49,351	51,032
38	Meals and lunches	985	539	654	646	597	423	569	277
39	Repairs and services	5,461	5,566	6,085	6,380	6,081	6,389	6,538	6,178
40	All other departments	58,419	50,976	61,896	72,766	86,123	68,824	57,471	67,797
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,011,649	2,970,159	3,275,551	3,540,658	3,517,367	3,292,088	3,393,348	3,481,802

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1985	1984				Change - Variation		Rayon	N°
September	September	October	November	December	September/ August 1985	September 1985/1984		
Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Septembre/ août 1985	Septembre 1985/1984		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
50,641	54,325	64,109	57,551	45,548	+0.2	-6.8	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
90,837	83,396	88,387	70,525	50,707	+10.4	+8.9	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
153,876	174,379	195,689	192,828	134,161	+0.8	-11.8	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
42,135	25,303	35,994	29,500	25,339	+12.8	+66.5	Fourrures	4
80,233	85,719	91,718	86,785	80,801	-8.9	-6.4	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
51,635	50,309	56,701	54,375	34,598	-6.2	+2.6	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
50,512	50,448	66,483	81,616	44,897	+7.2	+0.1	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
40,634	35,693	44,763	49,442	45,665	-11.0	+13.8	Sous-vêtements	8
7,309	4,276	4,267	6,080	5,211	+21.0	+70.9	Chapeaux	9
39,576	33,092	36,982	39,445	36,027	-2.1	+19.6	Bas pour dames et fillettes	10
68,465	54,376	71,298	82,743	55,141	+13.8	+25.9	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
110,052	104,743	111,899	107,316	92,122	+2.8	+5.1	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
188,030	187,259	217,788	214,964	165,233	-9.0	+0.4	Vêtements pour hommes	13
168,183	166,401	213,654	222,868	146,065	+8.5	+1.1	Articles d'habillement pour hommes	14
49,453	40,887	54,604	47,655	35,467	+17.7	+21.0	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
79,976	72,378	84,660	79,040	63,630	+6.4	+10.5	Chaussures pour hommes et garçons	16
37,354	34,765	45,449	51,232	23,221	+16.1	+7.4	Produits alimentaires et connexes	17
230,119	207,561	260,388	284,466	204,522	-5.3	+10.9	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
44,255	50,689	66,460	58,862	43,806	-11.4	-12.7	Appareils et fournitures photographiques	19
17,663	24,503	29,270	27,108	24,799	-3.0	-27.9	Tissus à la pièce	20
128,387	129,818	138,764	154,748	147,039	-1.0	-1.1	Literie et linge de maison	21
40,914	39,451	44,535	41,168	46,044	-16.7	+3.7	Menus articles	22
78,364	83,388	91,822	97,373	93,193	-4.4	-6.0	Porcelaine et verrerie	23
50,390	54,461	54,344	49,781	54,776	-8.7	-7.5	Revêtements de plancher	24
64,527	72,866	75,403	76,311	73,250	-5.4	-11.4	Tentures, rideaux et housses	25
65,483	65,919	75,621	75,656	53,262	-1.2	-0.7	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
142,538	162,420	179,951	151,221	179,768	-6.7	-12.2	Meubles	27
60,490	61,703	78,446	80,775	74,426	-4.4	-2.0	Gros appareils ménagers	28
121,105	146,567	172,697	181,676	149,533	-14.0	-17.4	Téléviseurs, radios et musique	29
162,028	173,568	180,228	200,634	146,834	-2.6	-6.6	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
152,176	127,890	146,733	138,855	130,912	-6.7	+19.0	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
24,350	27,500	29,249	28,862	33,964	-7.4	-11.5	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
118,100	115,670	141,229	149,624	109,540	-2.5	+2.1	Bijouterie	33
194,485	126,251	151,085	181,040	104,574	-2.7	+54.0	Jouets et jeux	34
127,607	129,385	165,201	153,366	126,179	-7.9	-1.4	Articles de sport et valises	35
144,200	151,325	153,559	189,350	132,241	+3.4	-4.7	Papeterie, livres et revues	36
47,809	46,063	49,132	51,924	62,989	-6.3	+3.8	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
440	458	605	399	166	+58.8	-3.9	Repas et casse-croûtes	38
3,752	5,150	5,593	5,996	5,584	-39.3	-27.1	Services et travaux de réparation	39
64,673	63,363	93,081	91,309	57,384	-4.6	+2.1	Tous autres rayons	40
3,392,756	3,323,718	3,867,841	3,944,469	3,138,618	-2.6	+2.1	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985

Department	1985						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
	No.	thousands of dollars					
		milliers de dollars					
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	45,735	48,351	51,442	50,516	50,524	51,804	52,587
2 Women's and misses' coats and suits	63,109	72,588	75,059	84,334	88,362	74,138	66,098
3 Women's and misses' sportswear	156,229	168,626	165,149	159,828	157,763	160,948	153,604
4 Furs	24,319	23,183	17,231	33,193	31,147	34,044	36,341
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	87,294	81,222	81,633	82,541	86,898	84,837	83,217
6 Girls' and teenage girls' wear	52,472	57,295	55,281	51,922	56,211	53,963	53,822
7 Lingerie and women's sleepwear	52,685	50,921	50,257	50,983	51,767	51,747	50,621
8 Intimate apparel	43,418	43,447	43,864	44,208	44,729	46,973	45,838
9 Millinery	3,225	4,032	3,996	4,601	4,137	4,284	3,192
10 Women's and girls' hosiery	42,233	38,777	39,196	38,929	37,740	37,822	37,376
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	56,562	53,744	52,802	54,450	56,129	57,868	59,418
12 Women's, misses' and children's footwear	104,248	108,220	110,418	106,425	107,544	108,164	107,246
13 Men's clothing	170,022	179,364	175,343	188,419	195,949	193,025	183,321
14 Men's furnishings	171,230	168,225	173,855	181,066	183,273	175,701	161,967
15 Boys' clothing and furnishings	46,768	46,896	47,786	46,066	47,810	50,683	49,567
16 Men's and boys' footwear	68,620	67,613	75,089	72,976	78,804	74,377	74,557
17 Food and kindred products(1)	41,847	35,361	37,872	38,427	35,161	31,444	33,120
18 Toiletries, cosmetics and drugs	234,101	237,087	235,811	234,228	242,028	247,552	251,117
19 Photographic equipment and supplies	56,353	50,418	52,073	49,673	50,384	51,651	51,051
20 Piece goods	21,035	19,459	20,072	19,370	20,974	21,015	18,281
21 Linens and domestics	137,967	131,311	135,121	136,453	136,313	140,496	138,361
22 Smallwares and notions	42,947	41,671	42,114	41,171	43,958	44,782	44,211
23 China and glassware	78,341	78,179	69,539	86,195	81,478	80,038	78,804
24 Floor coverings	51,721	50,635	50,067	49,839	48,962	48,578	50,865
25 Draperies, curtains and furniture coverings	69,592	65,138	65,492	65,554	66,451	67,230	70,221
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	62,811	60,024	58,836	60,995	61,851	63,679	64,143
27 Furniture	157,052	161,100	149,263	142,738	144,663	150,418	154,555
28 Major appliances	67,686	69,887	72,776	72,872	74,810	74,859	73,160
29 Television, radio and music	144,051	143,799	143,539	146,385	144,675	139,470	138,443
30 Housewares and small electrical appliances	166,519	166,956	168,777	166,119	167,449	169,447	166,042
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	133,304	136,677	140,635	142,669	149,175	159,007	156,333
32 Plumbing, heating and building materials	25,569	24,710	30,157	23,107	26,704	31,356	27,930
33 Jewellery	113,695	107,558	110,032	109,837	111,710	114,469	115,568
34 Toys and games	134,627	140,955	144,131	142,071	172,263	183,239	193,575
35 Sporting goods and luggage	140,751	136,655	141,737	138,447	139,970	142,131	140,845
36 Stationery, books and magazines	151,387	151,372	150,936	140,275	140,019	135,373	131,677
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	56,066	55,617	57,004	52,579	53,157	54,737	52,769
38 Meals and lunches(1)	985	539	654	646	597	423	569
39 Repairs and services	5,549	5,890	6,162	6,205	6,249	6,356	6,404
40 All other departments	72,147	64,799	62,522	64,482	77,535	70,685	62,412
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,014,739	2,971,223	3,363,710	3,380,778	3,475,312	3,488,803	3,439,213

(1) Due to the absence of seasonality, the seasonally adjusted data are equal to the unadjusted data.



TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1985		1984				Change - Variation		
August <sup>T</sup>	September <sup>D</sup>	September	October	November	December	September/ August 1985	Rayon	
Août <sup>T</sup>	Septembre <sup>D</sup>	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Septembre/ août 1985		N°
Thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
52,910	53,348	58,302	55,305	51,519	51,690	+0.8	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
66,085	62,000	55,365	57,820	57,334	60,646	-6.2	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
150,561	151,667	174,624	170,026	164,708	158,595	+0.7	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
36,541	36,641	22,097	26,924	24,465	23,765	+0.3	Fourrures	4
84,597	79,859	85,017	78,067	83,123	84,064	-5.6	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
52,466	49,702	47,160	49,206	48,746	45,973	-5.3	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
49,506	52,336	53,202	52,728	56,677	52,756	+5.7	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
47,790	47,769	42,224	42,421	43,037	43,629	--	Sous-vêtements	8
6,060	6,753	4,212	3,174	3,272	3,300	+11.4	Chapeaux	9
38,644	40,197	34,364	33,845	35,030	38,213	+4.0	Bas pour dames et fillettes	10
63,814	67,430	55,964	55,499	59,415	62,089	+5.7	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
107,605	110,511	107,702	103,100	105,768	101,735	+2.7	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
178,337	178,881	177,808	177,252	175,846	171,862	+0.3	Vêtements pour hommes	13
158,800	164,508	160,717	164,786	176,792	179,390	+3.6	Articles d'habillement pour hommes	14
46,964	49,704	41,557	43,428	43,446	43,266	+5.8	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
74,940	80,468	76,697	73,421	72,821	70,339	+7.4	Chaussures pour hommes et garçons	16
32,166	37,354	34,765	45,449	51,232	23,221	+16.1	Produits alimentaires et connexes(1)	17
256,792	253,374	227,709	220,511	227,475	218,036	-1.3	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
50,661	48,384	54,870	53,988	52,736	50,988	-4.5	Appareils et fournitures photographiques	19
17,283	18,488	26,183	25,550	25,786	23,485	+7.0	Tissus à la pièce	20
138,408	143,482	149,824	142,174	143,742	138,795	+3.7	Literie et linge de maison	21
46,554	44,257	42,479	43,407	42,959	43,526	-4.9	Menus articles	22
80,222	82,253	89,988	86,530	86,667	80,556	+2.5	Porcelaine et verrerie	23
53,469	54,379	61,841	54,694	53,537	50,665	+1.7	Revêtements de plancher	24
69,000	68,575	78,068	72,640	75,034	70,318	-0.6	Tentures, rideaux et housses	25
63,865	65,445	67,184	63,752	66,364	60,650	+2.5	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
162,252	153,984	180,083	174,170	158,399	157,244	-5.1	Meubles	27
70,844	69,153	69,280	79,508	72,780	66,992	-2.4	Gros appareils ménagers	28
142,261	133,732	161,211	156,062	156,073	148,043	-6.0	Téléviseurs, radios et musique	29
166,240	166,964	181,122	172,777	171,629	162,725	+0.4	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
157,855	161,144	139,001	138,168	137,637	133,263	+2.1	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
27,538	25,989	29,381	29,148	27,405	26,876	-5.6	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
122,425	125,735	127,368	125,262	121,914	118,413	+2.7	Bijouterie	33
190,910	166,241	103,383	96,097	132,107	150,202	-12.9	Jouets et jeux	34
148,945	136,065	135,992	134,860	136,746	138,495	-8.6	Articles de sport et valises	35
136,286	141,690	150,796	135,802	156,139	155,668	+4.0	Papeterie, livres et revues	36
52,472	51,278	48,212	45,518	50,299	54,114	-2.3	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
277	440	458	605	399	166	+58.8	Repas et casse-croûtes(1)	38
5,905	4,034	5,268	5,427	5,607	5,604	-31.7	Services et travaux de réparation	39
71,232	68,433	67,308	74,441	71,360	66,685	-3.9	Tous autres rayons	40
3,479,467	3,452,632	3,318,584	3,872,326	3,955,109	3,132,328	-0.8	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Puisqu'il y a absence de saisonnalité, les données désaisonnalisées sont par conséquent égales aux données non désaisonnalisées.

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985

		1985						
No.	Department	January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4.42	4.38	3.60	3.23	2.15	2.27	3.02
2	Women's and misses' coats and suits	3.68	5.41	3.23	3.60	4.92	5.48	10.13
3	Women's and misses' sportswear	3.87	3.97	3.09	3.07	2.32	2.47	2.78
4	Furs	4.63	5.55	8.75	22.23	74.94	53.93	29.10
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.90	3.72	3.34	3.68	3.58	3.55	4.27
6	Girls' and teenage girls' wear	4.24	5.25	3.15	3.06	3.20	3.41	4.70
7	Lingerie and women's sleepwear	3.73	3.51	3.08	3.47	2.64	2.68	2.51
8	Intimate apparel	5.12	5.23	3.86	3.92	3.54	3.75	3.71
9	Millinery	2.00	3.20	2.16	2.42	2.22	2.27	1.90
10	Women's and girls' hosiery	4.43	4.59	3.61	3.69	3.24	3.65	4.88
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.90	5.28	3.90	4.00	3.15	3.52	4.82
12	Women's, misses' and children's footwear	5.71	6.98	4.87	4.31	3.87	4.30	4.91
13	Men's clothing	5.32	6.79	4.78	5.23	4.94	3.84	5.65
14	Men's furnishings	5.44	5.51	4.25	4.81	4.06	2.72	3.48
15	Boys' clothing and furnishings	5.53	6.19	3.82	3.38	3.23	3.73	5.72
16	Men's and boys' footwear	5.57	6.26	4.76	4.61	4.89	3.81	4.84
17	Food and kindred products	0.81	0.57	0.67	0.61	0.55	0.57	0.66
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.78	4.75	4.47	4.73	4.33	4.45	4.95
19	Photographic equipment and supplies	6.38	6.23	5.38	5.36	4.82	3.86	4.17
20	Piece goods	6.39	5.39	5.20	5.65	5.13	6.34	5.68
21	Linens and domestics	4.09	7.07	5.45	5.92	5.07	4.92	4.32
22	Smallwares and notions	4.12	4.86	4.34	5.74	6.39	6.88	6.55
23	China and glassware	9.44	9.47	6.51	8.83	6.29	7.30	7.41
24	Floor coverings	5.73	5.22	4.25	4.10	3.91	3.96	3.70
25	Draperies, curtains and furniture coverings	7.08	6.21	4.91	4.76	4.17	4.23	4.33
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	10.12	11.11	8.94	8.49	9.91	9.77	8.71
27	Furniture	3.40	4.43	3.31	3.22	3.06	3.03	2.87
28	Major appliances	1.69	2.25	1.79	1.81	1.62	1.54	1.31
29	Television, radio and music	4.07	4.40	3.73	4.38	5.02	4.30	3.94
30	Housewares and small electrical appliances	6.46	5.83	6.05	6.16	5.17	5.43	5.14
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.58	7.28	6.31	4.33	3.35	4.31	4.50
32	Plumbing, heating and building materials	3.52	3.78	4.29	2.54	2.21	2.88	2.29
33	Jewellery	10.08	7.86	5.89	5.85	4.67	5.34	6.18
34	Toys and games	8.98	8.41	6.44	6.91	8.43	8.09	9.07
35	Sporting goods and luggage	6.02	6.86	6.60	6.04	4.85	4.42	4.57
36	Stationery, books and magazines	6.12	5.86	5.29	5.74	5.52	5.23	6.25
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	4.53	5.00	4.66	3.81	3.51	3.48	3.49
38	Meals and lunches	0.05	0.03	0.03	0.03	0.03	0.02	0.03
39	Repairs and services	0.50	0.61	0.53	0.58	0.50	0.54	0.59
40	All other departments	2.36	2.33	2.12	2.15	1.91	1.84	1.69
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.20	4.47	3.77	3.85	3.45	3.44	3.73

TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1985		1984				Rayon	NO
August	September	September	October	November	December		
Août	Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
2,83	3,02	3,49	3,99	3,37	2,00	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
5,07	4,19	3,98	3,32	2,50	2,19	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
2,51	2,22	2,65	3,48	3,00	1,72	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
15,28	10,69	7,30	6,50	3,24	3,24	Fourrures	4
3,09	3,10	3,31	3,42	2,99	2,19	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
1,83	3,02	2,63	3,72	2,42	1,46	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
2,93	3,04	2,85	3,59	2,75	0,92	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3,81	3,20	3,01	4,50	4,27	3,01	Sous-vêtements	8
3,84	3,47	2,30	1,57	1,42	1,30	Chapeaux	9
4,54	3,26	2,64	3,21	3,07	2,22	Bas pour dames et fillettes	10
4,64	3,93	3,19	3,99	2,88	1,34	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
4,10	3,57	3,29	3,74	3,11	2,86	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
5,60	4,39	4,35	5,23	3,45	2,02	Vêtements pour hommes	13
3,62	3,53	3,74	5,00	3,09	1,23	Articles d'habillement pour hommes	14
1,69	3,83	3,03	4,19	2,77	1,44	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
4,54	4,38	4,22	5,15	3,51	2,44	Chaussures pour hommes et garçons	16
0,52	0,71	0,64	0,77	0,65	0,27	Produits alimentaires et connexes	17
4,52	4,65	4,23	5,02	4,17	1,61	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
3,58	4,29	4,28	5,88	3,77	1,48	Appareils et fournitures photographiques	19
4,91	4,54	5,77	6,46	5,76	6,88	Tissus à la pièce	20
3,78	3,83	4,06	4,96	4,56	3,18	Literie et linge de maison	21
6,49	3,93	3,78	4,65	3,87	3,61	Menus articles	22
7,94	6,28	7,11	7,81	4,82	2,50	Porcelaine et verrerie	23
4,03	3,53	4,39	3,84	3,09	4,58	Revêtements de plancher	24
4,48	4,26	4,68	4,79	4,32	4,30	Tentures, rideaux et housses	25
8,25	8,10	7,90	9,10	5,80	2,59	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3,33	2,84	3,63	3,81	3,16	4,16	Meubles	27
1,31	1,21	1,32	1,66	1,55	1,36	Gros appareils ménagers	28
2,94	2,46	2,75	3,78	3,14	1,68	Téléviseurs, radios et musique	29
4,56	4,88	5,44	5,01	4,23	1,82	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
5,30	5,79	5,76	5,54	4,69	3,69	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
2,83	2,69	2,94	2,83	2,71	2,97	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
6,11	5,26	5,56	7,85	5,01	1,62	Bijouterie	33
9,37	9,98	6,15	4,77	2,92	1,14	Jouets et jeux	34
5,53	5,97	6,23	8,65	5,48	2,64	Articles de sport et valises	35
3,89	4,33	4,70	6,21	4,34	1,78	Papeterie, livres et revues	36
3,80	3,56	3,37	2,50	2,48	2,88	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
0,01	0,02	0,02	0,03	0,02	0,01	Repas et casse-croûtes	38
0,55	0,34	0,51	0,46	0,38	0,41	Services et travaux de réparation	39
1,95	2,36	2,21	2,92	2,49	1,00	Tous autres rayons	40
3,42	3,40	3,42	3,97	3,10	1,80	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.21	0.24	0.31	0.32	0.44	0.39	0.36
2	Women's and misses' coats and suits	0.27	0.21	0.32	0.26	0.19	0.16	0.12
3	Women's and misses' sportswear	0.25	0.27	0.34	0.33	0.42	0.38	0.36
4	Furs	0.21	0.16	0.10	0.06	0.01	0.02	0.04
5	Infants' and children's wear and nursery	0.24	0.26	0.32	0.29	0.27	0.27	0.25
6	Girls' and teenage girls' wear	0.24	0.22	0.34	0.31	0.32	0.26	0.25
7	Lingerie and women's sleepwear	0.27	0.28	0.34	0.31	0.37	0.34	0.40
8	Intimate apparel	0.20	0.18	0.27	0.26	0.28	0.27	0.26
9	Millinery	0.37	0.33	0.40	0.48	0.41	0.41	0.49
10	Women's and girls' hosiery	0.23	0.21	0.29	0.28	0.29	0.26	0.21
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.19	0.19	0.27	0.26	0.30	0.27	0.22
12	Women's, misses' and children's footwear	0.17	0.15	0.23	0.23	0.25	0.22	0.21
13	Men's clothing	0.16	0.16	0.22	0.20	0.20	0.24	0.18
14	Men's furnishings	0.18	0.18	0.25	0.22	0.25	0.32	0.28
15	Boys' clothing and furnishings	0.20	0.17	0.27	0.29	0.30	0.27	0.20
16	Men's and boys' footwear	0.17	0.16	0.24	0.22	0.22	0.23	0.21
17	Food and kindred products	1.60	1.60	1.53	1.66	1.74	1.65	1.55
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.19	0.19	0.23	0.22	0.23	0.22	0.21
19	Photographic equipment and supplies	0.18	0.14	0.20	0.19	0.21	0.26	0.24
20	Piece goods	0.13	0.18	0.22	0.16	0.20	0.16	0.16
21	Linens and domestics	0.23	0.14	0.19	0.18	0.20	0.20	0.23
22	Smallwares and notions	0.22	0.20	0.24	0.19	0.16	0.15	0.15
23	China and glassware	0.09	0.11	0.14	0.13	0.16	0.13	0.14
24	Floor coverings	0.17	0.19	0.24	0.25	0.26	0.25	0.28
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.14	0.15	0.21	0.21	0.24	0.23	0.24
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.10	0.09	0.12	0.12	0.10	0.10	0.12
27	Furniture	0.26	0.23	0.31	0.32	0.32	0.33	0.35
28	Major appliances	0.56	0.46	0.57	0.56	0.61	0.64	0.76
29	Television, radio and music	0.23	0.22	0.28	0.24	0.19	0.23	0.25
30	Housewares and small electrical appliances	0.16	0.16	0.17	0.17	0.19	0.19	0.19
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.17	0.14	0.17	0.24	0.31	0.24	0.21
32	Plumbing, heating and building materials	0.24	0.25	0.28	0.34	0.46	0.37	0.42
33	Jewellery	0.10	0.12	0.18	0.18	0.21	0.18	0.16
34	Toys and games	0.12	0.12	0.16	0.16	0.12	0.13	0.12
35	Sporting goods and luggage	0.16	0.14	0.17	0.18	0.21	0.22	0.21
36	Stationery, books and magazines	0.17	0.16	0.19	0.18	0.18	0.18	0.16
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.20	0.19	0.22	0.26	0.28	0.28	0.28
38	Meals and lunches	33.66	23.12	36.66	31.98	34.28	40.95	48.36
39	Repairs and services	1.97	1.65	1.99	1.76	1.95	1.90	1.71
40	All other departments	0.43	0.40	0.52	0.50	0.57	0.48	0.54
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.23	0.22	0.27	0.26	0.28	0.27	0.26

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1985		1984				Rayon	N°
August	September	September	October	November	December		
Août	Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
0.35	0.33	0.29	0.27	0.28	0.44	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
0.21	0.25	0.27	0.31	0.36	0.38	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.41	0.45	0.36	0.30	0.33	0.48	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
0.07	0.10	0.13	0.18	0.28	0.28	Fourrures	4
0.31	0.31	0.29	0.30	0.33	0.44	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.50	0.32	0.38	0.28	0.40	0.53	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.35	0.34	0.34	0.32	0.40	0.77	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.27	0.29	0.31	0.25	0.25	0.32	Sous-vêtements	8
0.38	0.32	0.43	0.64	0.83	0.71	Chapeaux	9
0.24	0.30	0.35	0.33	0.34	0.43	Bas pour dames et fillettes	10
0.23	0.27	0.32	0.28	0.37	0.60	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.25	0.28	0.29	0.28	0.31	0.32	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.20	0.22	0.21	0.21	0.29	0.43	Vêtements pour hommes	13
0.28	0.29	0.27	0.23	0.33	0.64	Articles d'habillement pour hommes	14
0.47	0.28	0.34	0.27	0.34	0.59	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.22	0.24	0.23	0.21	0.28	0.37	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.90	1.50	1.74	1.47	1.64	2.34	Produits alimentaires et connexes	17
0.22	0.21	0.24	0.22	0.25	0.52	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
0.28	0.22	0.22	0.19	0.25	0.58	Appareils et fournitures photographiques	19
0.21	0.22	0.16	0.17	0.17	0.14	Tissus à la pièce	20
0.26	0.26	0.24	0.21	0.23	0.31	Literie et linge de maison	21
0.16	0.23	0.25	0.23	0.25	0.29	Menus articles	22
0.13	0.16	0.13	0.13	0.21	0.39	Porcelaine et verrerie	23
0.25	0.27	0.22	0.26	0.31	0.23	Revêtements de plancher	24
0.22	0.23	0.21	0.21	0.23	0.23	Tentures, rideaux et housses	25
0.12	0.12	0.14	0.12	0.17	0.32	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.30	0.34	0.27	0.28	0.29	0.26	Meubles	27
0.73	0.80	0.76	0.67	0.65	0.71	Gros appareils ménagers	28
0.35	0.38	0.35	0.29	0.33	0.54	Téléviseurs, radios et musique	29
0.22	0.20	0.17	0.20	0.25	0.46	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
0.19	0.17	0.16	0.19	0.21	0.26	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.35	0.36	0.34	0.36	0.37	0.36	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
0.17	0.19	0.17	0.14	0.21	0.52	Bijouterie	33
0.11	0.10	0.17	0.23	0.37	0.64	Jouets et jeux	34
0.18	0.16	0.16	0.13	0.18	0.34	Articles de sport et valises	35
0.25	0.24	0.22	0.16	0.25	0.46	Papeterie, livres et revues	36
0.27	0.27	0.28	0.41	0.41	0.38	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
52.59	57.36	41.68	41.30	52.12	115.53	Repas et casse-croûtes	38
1.78	2.22	1.83	2.25	2.74	2.36	Services et travaux de réparation	39
0.56	0.41	0.45	0.41	0.40	0.77	Tous autres rayons	40
0.29	0.28	0.28	0.27	0.32	0.48	TOTAL, TOUS RAYONS	41



TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1983-1985

TABLEAU 28. Comptes à recevoir(1), non désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985

Month	1983	1984	1985	Change from previous month	Change 1985/1984
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1985/1984
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,666,708	1,808,015	1,989,953	-7.6	+10.1
February - Février	1,598,345	1,714,843	1,898,511	-4.6	+10.7
March - Mars	1,565,461	1,695,173	1,884,093	-0.8	+11.1
April - Avril	1,582,875	1,709,386	1,897,041	+0.7	+11.0
May - Mai	1,591,140	1,708,247	1,897,723	--	+11.1
June - Juin	1,585,200	1,719,376	1,887,639	-0.5	+9.8
July - Juillet	1,553,254	1,695,008	1,874,327	-0.7	+10.6
August - Août	1,542,394	1,689,630	1,888,254	+0.7	+11.8
September - Septembre	1,591,826	1,746,901	1,952,986	+3.4	+11.8
October - Octobre	1,631,976	1,799,732			
November - Novembre	1,702,704	1,892,038			
December - Décembre	1,887,032	2,152,727			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

TABLEAU 29. Comptes à recevoir(1), désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985

Month	1983	1984	1985	Change from previous month	Change 1985/1984
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1985/1984
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,582.0	1,716.0	1,888.0	-0.6	+10.0
February - Février	1,601.0	1,658.0	1,902.0	+0.7	+14.7
March - Mars	1,591.0	1,721.0	1,911.0	+0.5	+11.0
April - Avril	1,607.0	1,733.0	1,921.0	+0.5	+10.8
May - Mai	1,623.0	1,741.0	1,932.0	+0.6	+11.0
June - Juin	1,631.0	1,766.0	1,941.0	+0.5	+9.9
July - Juillet	1,632.0	1,779.0	1,969.0	+1.4	+10.7
August - Août	1,631.0	1,789.0	1,999.0 <sup>F</sup>	+1.5	+11.7
September - Septembre	1,638.0	1,801.0	2,015.0 <sup>P</sup>	+0.8 <sup>P</sup>	+11.9 <sup>P</sup>
October - Octobre	1,653.0	1,825.0			
November - Novembre	1,661.0	1,848.0			
December - Décembre	1,665.0	1,900.0			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 30. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1983-1985

TABLEAU 30. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1983-1985

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		\$'000	%	\$'000	%
<b>1983:</b>					
January - Janvier	206.6	623,021	+3.8	301,559	-0.2
February - Février	213.2	603,808	+4.5	283,212	+0.3
March - Mars	211.9	787,544	+13.5	371,658	+9.3
April - Avril	215.4	775,226	-1.7	359,901	-5.8
May - Mai	215.8	842,133	+3.5	390,238	--
June - Juin	214.9	920,150	+16.3	428,176	+12.3
July - Juillet	212.9	813,746	+6.5	382,220	+2.9
August - Août	213.8	850,885	+9.7	397,982	+6.3
September - Septembre	211.1	922,067	+7.1	436,792	+4.1
October - Octobre	214.3	922,014	+7.3	430,245	+4.2
November - Novembre	215.1	1,138,763	+6.1	529,411	+3.0
December - Décembre	213.6	1,731,121	+7.6	810,450	+5.0
Year - Année	213.4	10,930,478	+7.1	5,121,844	+3.6
<b>1984:</b>					
January - Janvier	214.3	649,626	+4.3	303,139	+0.5
February - Février	218.7	659,594	+9.2	301,598	+6.5
March - Mars	217.1	806,999	+2.5	371,718	--
April - Avril	220.4	843,022	+8.7	382,496	+6.3
May - Mai	222.0	930,389	+10.5	419,094	+7.4
June - Juin	220.1	941,728	+2.3	427,864	-0.1
July - Juillet	218.4	806,592	-0.9	369,319	-3.4
August - Août	218.9	872,423	+2.5	398,549	+0.1
September - Septembre	215.2	947,365	+2.7	440,225	+0.8
October - Octobre	220.0	957,060	+3.8	435,027	+1.1
November - Novembre	220.5	1,254,292	+10.1	568,840	+7.4
December - Décembre	218.0	1,715,800	-0.9	787,064	-2.9
Year - Année	218.7	11,384,890	+4.2	5,204,933	+1.6
<b>1985:</b>					
January - Janvier	219.9	692,108	+6.5	314,738	+3.8
February - Février	220.5	647,065	-1.9	293,454	-2.7
March - Mars	222.6	849,077	+5.2	381,436	+2.6
April - Avril	224.6	901,404	+6.9	401,337	+4.9
May - Mai	227.7	990,625	+6.5	435,057	+3.8
June - Juin	225.8	928,157	-1.4	411,053	-3.9
July - Juillet	224.1	875,654	+8.6	390,743	+5.8
August - Août	222.2	979,945	+12.3	441,019	+10.7
September - Septembre	221.3	964,843	+1.8	435,989	-1.0
October - Octobre					
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					

TABLE 31. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1985

Department		Sales - Combined Seasonal and Trading Day Factors			
		Ventes - Coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux			
		MCD in September	August <sup>F</sup>	September <sup>P</sup>	October(1)
No.		MDC en Septembre	Août <sup>F</sup>	Septembre <sup>P</sup>	Octobre(1)
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	101.93	95.18	96.01
2	Women's and misses' coats and suits	8	103.27	117.98	168.64
3	Women's and misses' sportswear	4	100.07	116.72	103.02
4	Furs	12	60.30	91.69	157.97
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	112.31	102.56	111.69
6	Girls' and teenage girls' wear	4	160.16	103.34	94.59
7	Lingerie and women's sleepwear	4	80.87	88.25	95.53
8	Intimate apparel	4	100.63	104.65	93.42
9	Millinery	9	64.01	92.86	136.36
10	Women's and girls' hosiery	4	81.13	113.48	113.58
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	75.00	100.07	109.16
12	Women's, misses' and children's footwear	5	100.59	119.62	121.50
13	Men's clothing	4	84.68	102.62	105.70
14	Men's furnishings	5	79.07	90.05	91.86
15	Boys' clothing and furnishings	6	157.61	92.32	96.30
16	Men's and boys' footwear	6	93.79	104.08	102.70
17	Food and kindred products	4	102.11	85.07	97.16
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	90.14	83.98	95.62
19	Photographic equipment and supplies	4	107.72	87.33	89.34
20	Piece goods	6	103.23	107.98	121.22
21	Linens and domestics	3	104.48	107.49	102.16
22	Smallwares and notions	4	85.65	115.75	115.21
23	China and glassware	5	78.07	87.99	90.50
24	Floor coverings	5	97.18	101.64	123.75
25	Draperies, curtains and furniture coverings	4	100.21	100.40	107.80
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	90.71	93.74	101.18
27	Furniture	5	97.50	99.19	106.29
28	Major appliances	5	101.77	103.16	111.00
29	Television, radio and music	5	93.48	111.08	107.32
30	Housewares and small electrical appliances	3	94.35	88.07	100.62
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	93.39	80.84	104.35
32	Plumbing, heating and building materials	6	99.35	92.03	110.81
33	Jewellery	3	79.95	91.14	84.79
34	Toys and games	4	66.03	62.28	105.78
35	Sporting goods and luggage	3	94.15	79.90	74.66
36	Stationery, books and magazines	4	110.27	102.25	83.40
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	97.30	82.98	123.87
38	Meals and lunches	3	100.31	92.69	100.48
39	Repairs and services	6	91.42	90.43	110.29
40	All other departments	5	94.75	81.43	93.29
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	96.07	95.97	101.94

(1) Seasonal and trading day factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the Appendix IV.

(2) Seasonal factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the Appendix IV.

TABLEAU 31. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1985

Stocks - Seasonal Factors

Stocks - Coefficients de corrections des variations saisonnières

				Rayon	N°
MCD in September	August <sup>T</sup>	September <sup>P</sup>	October(2)		
MDC en Septembre	Août <sup>T</sup>	Septembre <sup>P</sup>	Octobre(2)		
3	95.48	94.93	115.79	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
4	124.48	146.51	150.65	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
3	101.41	101.46	115.31	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
5	102.24	114.99	133.31	Fourrures	4
5	104.08	100.47	118.14	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4	104.95	103.89	115.23	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
4	95.20	96.52	126.07	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3	95.55	85.06	105.64	Sous-vêtements	8
5	99.66	108.23	133.21	Chapeaux	9
4	104.62	98.46	109.64	Bas pour dames et fillettes	10
3	94.27	101.54	130.35	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
3	99.53	99.58	108.21	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
4	115.90	105.11	122.34	Vêtements pour hommes	13
3	97.63	102.23	128.66	Articles d'habillement pour hommes	14
4	89.48	99.49	125.82	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
4	100.30	99.39	115.30	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	...	...	...	Produits alimentaires et connexes	17
4	94.62	90.82	117.13	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
4	98.55	91.47	122.21	Appareils et fournitures photographiques	19
4	105.39	95.54	115.25	Tissus à la pièce	20
3	93.68	89.48	97.75	Literie et linge de maison	21
4	105.54	92.45	102.86	Menus articles	22
3	102.13	95.27	105.70	Porcelaine et verrerie	23
3	103.19	92.67	98.67	Revêtements de plancher	24
3	98.82	94.10	104.04	Tentures, rideaux et housses	25
4	103.74	100.06	118.91	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3	94.12	92.57	105.09	Meubles	27
4	89.32	87.47	98.73	Gros appareils ménagers	28
3	99.00	90.56	110.10	Téléviseurs, radios et musique	29
3	100.03	97.04	104.02	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
3	103.38	94.44	105.51	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
5	95.53	93.69	101.18	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
3	98.92	93.93	113.68	Bijouterie	33
4	104.66	116.99	154.60	Jouets et jeux	34
4	93.04	93.78	121.52	Articles de sport et valises	35
3	102.31	101.77	112.59	Papeterie, livres et revues	36
5	97.26	93.23	108.46	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...	...	...	...	Repas et casse-croûtes	38
5	104.63	93.02	99.41	Services et travaux de réparation	39
6	95.18	94.51	127.78	Tous autres rayons	40
...	...	...	...	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Prévision des coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV.

(2) Prévision des coefficients de corrections des variations saisonnières. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV.





## APPENDICES



## APPENDIX I

### DEFINITIONS

#### Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

#### Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics and sells the following general lines of merchandise:

**Family clothing and apparel.** This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least six of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

**Furniture, appliance and home furnishings.** This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least four of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

## APPENDICE I

### DÉFINITIONS

#### Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et des services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

#### Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes et vend les catégories de marchandises suivantes:

**Vêtements pour la famille.** Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins six des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent se faire dans le groupe de vêtements pour la famille.

**Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.** Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine et verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; gros appareils, téléviseurs, radios et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins quatre des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

**All other (miscellaneous).** This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, **such as:** toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

### Total Net Sales and Receipts

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

### Stocks

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

### Accounts Receivable

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

### Junior Department Store

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

**Tous autres articles (divers).** Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, **telles que:** articles de toilette, cosmétiques et médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

### Ventes et recettes nettes totales

Les ventes et recettes nettes totales sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

### Stocks

Les stocks englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

### Comptes à recevoir

Par comptes à recevoir on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

### Grand magasin populaire

Les grands magasins populaires sont définis comme étant des points de vente au détail qui offrent la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

## APPENDIX II

### METHODOLOGY

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The **monthly stock values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The **monthly accounts receivable values**, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

## APPENDICE II

### MÉTHODOLOGIE

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le **chiffre des stocks mensuels par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le **chiffre des comptes à recevoir mensuel** pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtes retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.





## APPENDIX III

### DATA RELIABILITY

#### Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

**Coverage error.** This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

**Data response error.** This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

**Non-response error.** Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

**Processing error.** These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

## APPENDICE III

### FIABILITÉ DES DONNÉES

#### Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

**Le champ couvert par l'enquête.** L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

**La réponse.** Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un interviewer à l'autre dans le mode de communication retenu, lorsqu'il s'agit d'expliquer des questions et d'interpréter des réponses.

**La non-réponse.** Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables et encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

**Le traitement.** L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

### Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the response rate is based on (1) the survey unit - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) the organizational unit - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example,

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. En ce qui concerne les estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreurs. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

### Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'enquête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins.

a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte des deux unités de mesure.

**TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1985**  
September

**TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1985**  
Septembre

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	58.8	89.9
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	41.2	66.3
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	100.0	100.0





## APPENDIX IV

### SEASONAL ADJUSTMENT

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time."<sup>(1)</sup> In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal (variations) and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method<sup>(2)</sup> to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these

## APPENDICE IV

### DÉSAISONNALISATION

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps<sup>(1)</sup>". L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI<sup>(2)</sup> afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et retrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que

(1) "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," *Canadian Statistical Review*, August 1974.

(2) For further information see the *X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method*, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la *Revue statistique du Canada*, août 1974.

(2) Pour plus ample information voir *La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI*, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, N° 12-564F au catalogue, hors série.

operations have been repeated several times.(3) These procedures, used to determine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are, since May 1983, executed every month instead of once a year. This permits us to update each month the reference series from which we derive the final estimations of the seasonal factors with the previous month's revised data.

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.(3) The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Commencing with March 1984, the Canada seasonally adjusted total is now derived "indirectly" by the summation of the 40 individually seasonally adjusted departments. Previously, this total was derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly".(4) Also in March 1984, the end-point seasonal adjustment method was adopted. For the period May 1983 to February 1984, a modified version of the "end-point seasonal adjustment" method, employing a

lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises(3). Ces étapes déterminant les facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales, sont depuis mai 1983, exécutées à chaque mois au lieu d'une seule fois par an. Il nous est donc possible de mettre à jour mensuellement les séries de référence desquelles on dérive les estimations finales des facteurs saisonniers, en employant les données les plus récentes disponibles.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois à dominance cyclique, ou MDC(3). Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, il s'agit de la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Depuis mars 1984, le total désaisonnalisé au niveau du Canada est dérivé de "façon indirecte" en faisant la somme des 40 rayons désaisonnalisés séparément au préalable. Auparavant, ce total était obtenu en désaisonnant de "façon directe" les données brutes du total, au niveau du Canada(4). De plus, la désaisonnalisation interpolative a été adoptée en mars 1984. Pour la période s'échelonnant de mai 1983 à février 1984, on a utilisé une version modifiée de la désaisonnalisation interpolative, employant une prévision

(3) See Table 31.

(4) Refer to: Lothian, J. and Morry, M. (1977): The Problem of Aggregation; Direct or Indirect, Ottawa: Seasonal Adjustment and Time Series Analysis Division, Statistics Canada.

(3) Voir tableau 31.

(4) Consulter: Lothian, J. et Morry, M. (1977): Aggrégation directe ou indirecte, Ottawa, Division des séries chronologiques, de la recherche et de l'analyse, Statistique Canada.

projected factor for the current month only, was utilized. Prior to May 1983, seasonally adjusted data were derived on a monthly basis by employing projected seasonal factors (forecasted one year in advance) calculated once a year.

## REVISION PROCEDURES

Due to the fact that statistical surveys are subject to different type of errors (as described previously in this section) and that to obtain a 100% response rate each month under a data collection program by mail would prove to be very difficult (almost impossible sometimes) and costly, results must be revised on an ongoing basis as new information is received, enabling us to update our statistical series accordingly.

Revisions of two different types are made in regard to the Department Store Sales and Stocks Survey: **the first relates to the way data are gathered while the second results from the seasonal adjustment procedures.** In the first type of revision, corrections apply only to the previous year data. They are conducted after the end of the year and, consequently, the revised figures are published in the March issue of the following year of the present bulletin. The second type of revisions are both monthly and annual. In the case of the monthly revisions, the corrected figures for the current month (June for example), are published in the following month issue of the present catalogue (July), while the annual revisions are published once a year in the March issue.

Generally, revised data are indicated with an "r" beside the name of the month to which they apply, in order to inform the user of these changes.

du facteur de désaisonnalisation pour le mois courant seulement. Avant mai 1983, les données désaisonnalisées étaient dérivées sur une base mensuelle, à l'aide de prévisions (une année à l'avance) des facteurs saisonniers calculés une fois par année.

## PROCÉDURES DE RÉVISION

Puisque les enquêtes statistiques sont sujettes à différents types d'erreurs (telles qu'explicitées précédemment dans cette section) et qu'il serait très coûteux et difficile (pratiquement impossible parfois) d'atteindre, à partir d'un programme de collecte de données par la poste, un taux de réponse de 100%, il faut donc réviser les résultats sur une base régulière afin de mettre à jour les séries statistiques en découlant, à mesure que de nouvelles informations nous sont transmises.

On compte donc des révisions de deux types en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins: **les premières sont liées à la façon dont les données sont produites tandis que les secondes résultent de la procédure de désaisonnalisation.** Les révisions du premier type ne se rapportent qu'aux seules données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les révisions du deuxième type sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas de celles mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (soit juin par exemple) sont ajoutées à la publication du mois suivant (juillet) tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une fois l'an, dans le bulletin de mars.

En général, on avise l'utilisateur de ces changements, en inscrivant un "r" à côté du nom du mois auquel on applique des révisions.



## NUMBER OF SHOPPING DAYS

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

## NOMBRE DE JOURS COMMERCIAUX

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif II donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

TEXT TABLE II. Number of Shopping Days, by Month, 1984 and 1985

TABLEAU EXPLICATIF II. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1984 et 1985

	1985		1984	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	26	4	26	4
February - Février	24	4	25	4
March - Mars	26	5	27	5
April - Avril	25	4	24	4
May - Mai	26	4	26	4
June - Juin	25	5	26	5
July - Juillet	26	4	26	4
August - Août	26	5	26	4
September - Septembre	24	4	24	5
October - Octobre	26	4	26	4
November - Novembre	26	5	26	4
December - Décembre	25	4	25	5

## APPENDIX V

### CONSTANT DOLLAR ESTIMATES

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Table 30), estimates of sales by department group are deflated using department group implicit price indices supplied by the Industry Product Division of Statistics Canada. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

### DATA CONFIDENTIALITY

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business.<sup>(5)</sup> The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld on this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information from selected regions (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential, form. For example, in many cases the data for the Northwest Territories and the Yukon are included with the British Columbia data.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

<sup>(5)</sup> See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

## APPENDICE V

### ESTIMATIONS EN DOLLARS CONSTANTS

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau 30), les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées au moyen des indices implicites de prix appropriés fournis par la Division du produit industriel de Statistique Canada. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

### CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de cette dernière<sup>(5)</sup>. Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un X aux différents postes visés dans la publication.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) pour certaines régions (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple dans bien des cas, les données relatives aux Territoires du Nord-Ouest et du Yukon sont incluses avec celles de la Colombie-Britannique.

Ainsi, par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement en fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

<sup>(5)</sup> Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.



## EXPLANATORY NOTES

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e. those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios(6) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios(7) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

(6) See Table 26.

(7) See Table 27.

## NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes(6) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks(7) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

(6) Voir tableau 26.

(7) Voir tableau 27.

## APPENDIX VI - APPENDICE VI

### LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

#### MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland  
Baine Johnstone & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 4100, St. John's, Newfoundland  
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario (Closed July 1984 - Fermée Juillet 1984)  
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario  
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario(1)  
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island  
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon(2)  
Hougens Watson Lake 84, Box 97, Watson Lake, Yukon(2)  
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec  
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario(2)  
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan  
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec  
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario (Closed February 1983 - Fermée février 1983)  
Robinson Ogilvy Inc., 18 James St., Hamilton, Ontario  
Simpsons Ltd., 176 Yonge St., Toronto, Ontario  
Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario  
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario  
Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

#### JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario  
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario (Closed January 1984 - Fermée janvier 1984)  
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec  
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario  
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario(2)  
Zeller's Ltd., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

- (1) Goudies Ltd. has been reclassified to the "Family Clothing" trade group as of January 1, 1985.  
(1) Goudies Ltd. est reclassifié au groupe des magasins de "Vêtements pour famille" depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1985.  
(2) All department stores in the Yukon and Northwest Territories have been reclassified to the "General Merchandise" trade group as of January 1, 1985.  
(2) Tous les grands magasins du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest sont reclassifiés à d'autres genres de commerce du groupe des magasins de "Marchandises diverses" depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1985.

## SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Industry Division in the Retail Trade sector.

### Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M., Bil. 55 pages. First Issue, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Department Store Sales by Region. Advance Release. M., Bil. 1 pages. First Issue, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Retail Trade. M., Bil. Approx. 85 pages. First Issue, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M., Bil. Approx. 25 pages. First Issue, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Merchandising Inventories. M., Bil. 30 pages. First Issue, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Retail Chain and Department stores. A., Bil. Approx. 100 pages. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).
- 63-213 Vending Machine Operators. A., Bil. 45 pages. First Issue, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 Direct Selling Canada. A., Bil. 25 pages. First Issue, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Campus Book Stores. A., Bil. Approx. 35 pages. First Issue, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Market Research Handbook. A., Bil. 700 pages. First Issue, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)

## CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division de l'industrie.

### Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M., Bil. 55 pages. Premier numéro, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M., Bil. 1 page. Premier numéro, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Commerce de détail. M., Bil. Environ 85 pages. Premier numéro, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M., Bil. Environ 25 pages. Premier numéro, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Stocks commerciaux. M., Bil. 30 pages. Premier numéro, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A., Bil. Environ 100 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).
- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A., Bil. 45 pages. Premier numéro, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 La vente directe au Canada. A., Bil. 25 pages. Premier numéro, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Librairies de campus. A., Bil. Environ 35 pages. Premier numéro, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A., Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)

Operating Results - Retail Trade. O., Bil.  
60 pages. First Issue, 1974.

### Catalogue

63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1981

63-606 Retail Shoe Stores, 1977

63-607 Retail Drug Stores, 1981

63-608 Retail Florists, 1981

63-609 Retail Jewellery Stores, 1981

63-610 Retail Hardware Stores, 1980

63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980

63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A. - Annual Bil. - Bilingual  
O. - Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada \$5.00, Other Countries \$6.00.

Résultats d'exploitation - Commerce de détail.  
H.S., Bil. 60 pages. Premier numéro, 1974.

### Catalogue

63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1981

63-606 Magasins de vente au détail de chaussures,  
1977

63-607 Pharmacies au détail, 1981

63-608 Fleuristes détaillants, 1981

63-609 Bijouteries au détail, 1981

63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie,  
1980

63-611 Magasins de vente au détail de vêtements  
pour dames, 1980

63-612 Magasins de vente au détail de vêtements  
pour la famille, 1980

M. - Mensuel A. - Annuel Bil. - Bilingue  
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Nº 11-204F, prix Canada \$5.00, Autres pays \$6.00.

24



# Department store sales and stocks

October 1985



# Ventes et stocks des grands magasins

Octobre 1985



## Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

## How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,  
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 990-9656) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwestTel Inc.)	Call collect 420-2011

## How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)993-7276

Toronto  
Credit card only (973-8018)

## Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,  
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 990-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux **utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Appelez à frais virés au 420-2011

## Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)993-7276

Toronto  
Carte de crédit seulement (973-8018)

**Statistics Canada**

Industry Division  
Retail Trade Section

# Department store sales and stocks

October 1985

Published under the authority of  
the Minister of Supply and  
Services Canada

© Minister of Supply  
and Services Canada 1986

January 1986  
5-3406-503

Price: Canada, \$13.00, \$130.00 a year  
Other Countries, \$14.00, \$140.00 a year

Payment to be made in Canadian funds or equivalent

Catalogue 63-002, Vol. 50, No. 10

ISSN 0380-7045

Ottawa

**Statistique Canada**

Division de l'industrie  
Section du commerce de détail

# Ventes et stocks des grands magasins

Octobre 1985

Publication autorisée par  
le ministre des Approvisionnements et  
Services Canada

© Ministre des Approvisionnements  
et Services Canada 1986

Janvier 1986  
5-3406-503

Prix: Canada, \$13.00, \$130.00 par année  
Autres pays, \$14.00, \$140.00 par année

Paiement en dollars canadiens ou l'équivalent

Catalogue 63-002, vol. 50, n° 10

ISSN 0380-7045

Ottawa

## TABLE OF CONTENTS - Continued

## TABLE DES MATIÈRES - suite

	Page
<b>Table</b>	
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	19
17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	19
18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	20
19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	20
20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	21
21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	21

	Page
<b>Tableau</b>	
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	10
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	10
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1984 et 1985	12
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	12
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	14
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	14
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	16
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	16
15. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	18
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1984 et 1985	19
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	19
18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	20
19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	20
20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	21
21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	21

## TABLE OF CONTENTS - Concluded

	Page
<b>Table</b>	
22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1983-1985	22
23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1983-1985	23
24. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1984 and 1985	24
25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985	26
26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985	28
27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, 1984 and 1985	30
28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1983-1985	32
29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	32
30. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1983-1985	33
31. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1985	34
<b>Appendix</b>	
I. Definitions	39
II. Methodology	41
III. Data Reliability	43
IV. Seasonal Adjustment	47
Revision Procedures	49
Number of Shopping Days	50
V. Constant Dollar Estimates	51
Data Confidentiality	51
Explanatory Notes	52
VI. List of Department Store Organizations	53
<b>Selected Publications</b>	

## TABLE DES MATIÈRES - fin

	Page
<b>Tableau</b>	
22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1983-1985	22
23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1983-1985	23
24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	24
25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1984 et 1985	26
26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	28
27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	30
28. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	32
29. Comptes à recevoir, désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	32
30. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1983-1985	33
31. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1985	34
<b>Appendice</b>	
I. Définitions	39
II. Méthodologie	41
III. Fiabilité des données	43
IV. Désaisonnalisation	47
Procédures de révision	49
Nombre de jours commerciaux	50
V. Estimations en dollar constants	51
Confidentialité des données	51
Notes explicatives	52
VI. Liste des organisations de grands magasins	53
<b>Choix de publications</b>	





## INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division (formerly Merchandising and Services Division), to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie, (anciennement Division du commerce et des services). (Le recensement mesure également les activités des "établissements", toutefois cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement *unique* et non comme un regroupement de petits magasins.

Chart — 1

Graphique — 1

# Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1983-1985

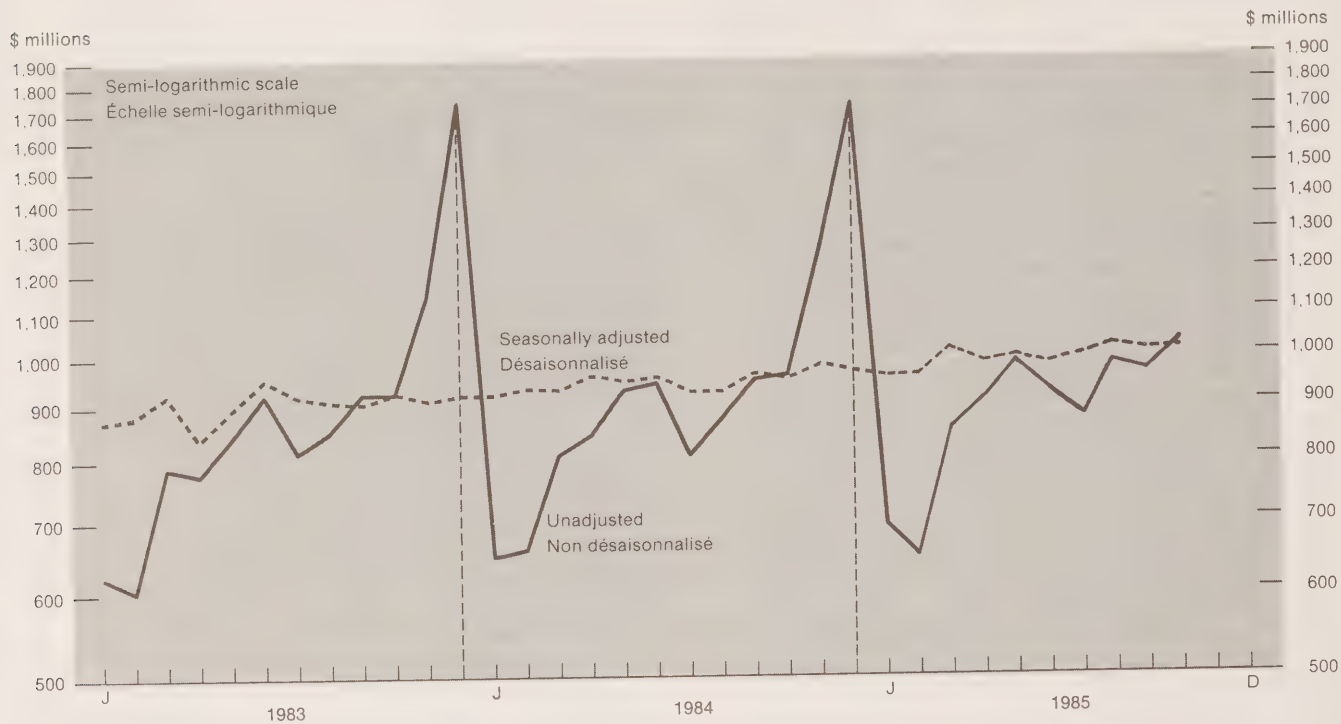
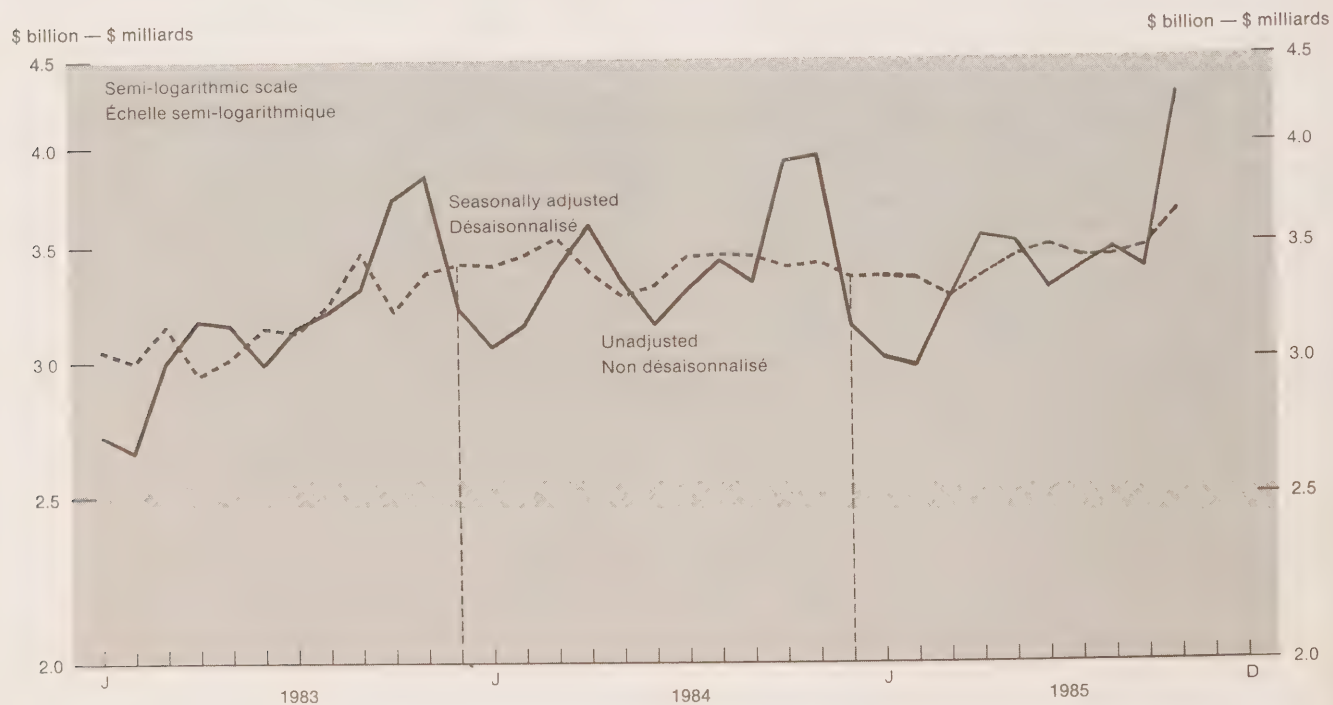


Chart — 2

Graphique — 2

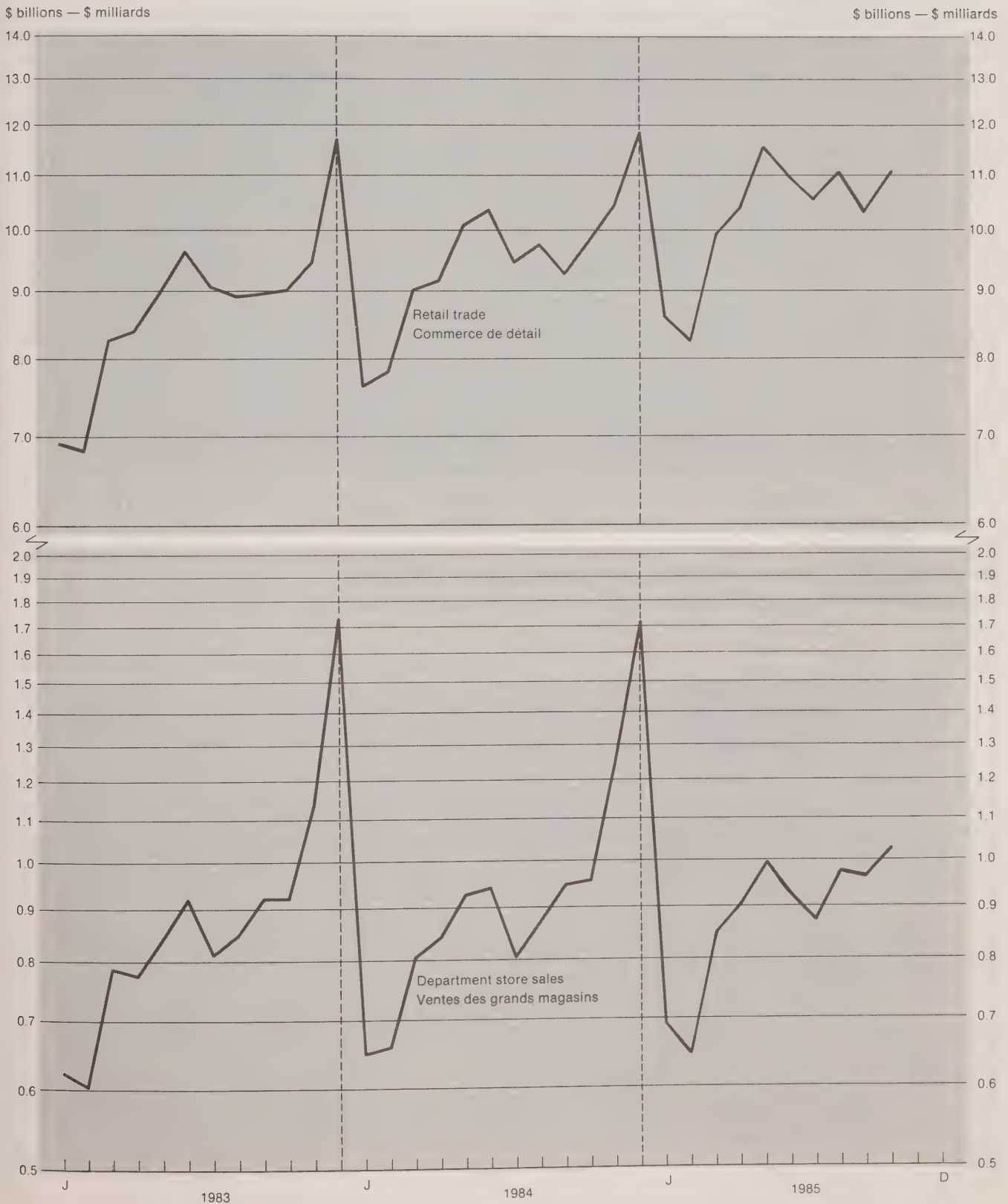
# Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1983-1985



## Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1983-1985

## Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1983-1985







## HIGHLIGHTS

### Seasonally Adjusted Sales

- Adjusted for seasonal fluctuations, holidays and the number of trading days, total department store sales in October 1985 increased by 0.2% to \$1,007.1 million from the revised September 1985 level of \$1,004.8 million. Among the 22 departments recording higher sales, the most notable increases were reported in women's and misses' sportswear (+7.8%), girls' and teenage girls' wear (+7.1%), and boys' clothing and furnishings (+5.5%). The largest decreases were recorded in china and glassware (-15.7%), furs (-13.6%) and stationery, books and magazines (-8.8%).

### Unadjusted Sales

- Department stores in Canada reported unadjusted sales totalling \$1,032.3 million in October 1985, up 7.9% from the October 1984 level. Sales were higher in 31 of the 40 departments for which information is compiled with the largest increases reported in furniture (+22.5%), floor coverings (+20.3%), and women's and misses' sportswear (+20.2%). The most notable decreases were recorded for china and glassware (-9.7%), piece goods (-6.6%) and smallwares and notions (-4.4%).
- When comparing October 1985 to October 1984, sales increased in all provinces, with gains ranging from 1.2% in Saskatchewan to 12.0% in Prince Edward Island. Sales also rose in all of the ten metropolitan areas surveyed, with increases ranging from 1.2% in Winnipeg to 14.5% in Toronto.
- Sales by major department stores in October 1985 reached \$645.6 million, up 5.6% from the corresponding month a year earlier, while junior department stores had sales of \$386.6 million, up 11.9% over the same period last year.
- In October 1985, there were 800 retail locations operated by department store organizations, unchanged from the number

## POINTS SAILLANTS

### Ventes désaisonnalisées

- Les ventes des grands magasins, corrigées en fonction des variations saisonnières et du nombre de journées d'affaires, ont augmenté de 0.2% en octobre 1985, en regard du mois de septembre 1985 (\$1,004.8 millions - chiffre révisé) pour s'établir à \$1,007.1 millions. Des 22 rayons qui ont connu des hausses des ventes, on a constaté les augmentations les plus marquées dans les rayons de vêtements sports pour dames et jeunes filles (+7.8%), de vêtements de fillettes et d'adolescentes (+7.1%) et de vêtements et articles d'habillement pour garçons (+5.5%). Par contre, les plus fortes baisses des ventes ont été observées dans les rayons de porcelaine et verrerie (-15.7%), de fourrures (-13.6%) et de papeterie, livres et revues (-8.8%).

### Ventes non désaisonnalisées

- Les ventes des grands magasins, sans ajustements saisonniers, ont totalisé \$1,032.3 millions en octobre 1985, soit 7.9% de plus qu'en octobre 1984. Des 40 rayons pour lesquels on recueille des données, 31 ont indiqué des hausses. Les augmentations les plus fortes ont été enregistrées dans les rayons de meubles (+22.5%), de revêtements de plancher (+20.3%) et de vêtements sports pour dames et jeunes filles (+20.2%). Les baisses les plus notables ont été signalées dans les rayons de porcelaine et verrerie (-9.7%), de tissus à la pièce (-6.6%) et de menus articles (-4.4%).
- Les ventes des grands magasins ont progressé dans toutes les provinces pour octobre 1985, par rapport au mois correspondant l'an dernier. Les gains s'échelonnant de 1.2% en Saskatchewan à 12.0% à l'Île-du-Prince-Édouard. Les dix régions métropolitaines visées par l'enquête ont rapporté des ventes accrues, les gains s'échelonnant de 1.2% à Winnipeg à 14.5% à Toronto.
- Les ventes des grands magasins traditionnels, en octobre 1985, se sont chiffrées à \$645.6 millions, soit une hausse de 5.6% par rapport aux ventes enregistrées à pareille date l'an dernier. Les grands magasins populaires ont, quant à eux, indiqué des ventes s'élevant à \$386.6 millions, ce qui représente un gain de 11.9% en regard du mois d'octobre de l'année dernière.
- En octobre 1985, on a dénombré un total de 800 points de vente au détail exploités par les sociétés de grands magasins, soit le même nombre

reported for September 1985, and one more than in October 1984. Of this total number, 319 locations were operated by major department store organizations and 481 by junior department store organizations.

- Cumulative sales for the first ten months of 1985 totalled \$8,861.1 million, an increase of 5.3% over the \$8,414.8 million reported a year earlier.
- In October 1985, total department store sales constituted 9.3% of all retail sales in Canada, a slight decrease from the 9.6% share held in October 1984.

### Stocks

- The unadjusted selling value of inventories held by department stores in October 1985 was \$4,288.7 million, up 10.9% from October 1984. Seasonally adjusted department store stocks totalled \$3,658.5 million, up 5.2% from the September 1985 revised value of \$3,478.9 million.

### Accounts Receivable

- The total value of accounts receivable of all department store organizations in October 1985 amounted to \$2,010.1 million, up 2.9% from the \$1,953.0 million recorded in September 1985.

qu'en septembre 1985 et un de plus qu'en octobre 1984. De ce total, 319 ont été exploités par les sociétés de grands magasins traditionnels et 481 par les sociétés de grands magasins populaires.

- Les ventes cumulatives pour les dix premiers mois de 1985, ont totalisé \$8,861.1 millions, soit une hausse de 5.3% par rapport au total de \$8,414.8 millions signalés pour la période correspondante en 1984.
- En octobre 1985, les ventes totales des grands magasins ont représenté 9.3% de l'ensemble des ventes au détail au Canada, un léger recul par rapport à la part de 9.6% détenue en octobre 1984.

### Stocks

- La valeur marchande, non désaisonnalisée, des stocks détenus en octobre 1985, a haussé de 10.9% par rapport au mois correspondant l'année dernière, pour s'établir à \$4,288.7 millions. La valeur désaisonnalisée des stocks a, quant à elle, connu une hausse de 5.2% par rapport au mois précédent (\$3,478.9 millions - chiffre révisé) et s'est élevée à \$3,658.5 millions.

### Comptes à recevoir

- En octobre 1985, la valeur totale des créances à recouvrer par les sociétés de grands magasins s'est chiffrée à \$2,010.1 millions, soit 2.9% de plus que la valeur enregistrée en septembre 1985 (\$1,953.0 millions).

STATISTICAL TABLES

TABLEAUX STATISTIQUES

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,867	10,054	15,827	18,842	25,147	19,332	17,248
2	Women's and misses' coats and suits	13,162	12,112	21,186	17,185	10,924	7,916	7,073
3	Women's and misses' sportswear	33,141	38,002	55,553	58,259	71,734	58,577	52,421
4	Furs	5,127	3,539	1,705	1,236	386	563	1,197
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	18,380	18,267	23,097	24,333	23,718	22,528	21,846
6	Girls' and teenage girls' wear	8,774	9,727	18,744	17,933	18,241	13,813	13,676
7	Lingerie and women's sleepwear	11,844	12,085	15,449	16,045	20,143	16,948	18,156
8	Intimate apparel	9,077	7,928	11,305	11,711	12,584	11,902	11,454
9	Millinery	1,560	1,069	1,179	1,457	1,348	1,149	1,193
10	Women's and girls' hosiery	8,561	7,590	10,813	11,389	11,574	9,495	7,170
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	10,182	9,180	13,746	14,434	16,863	13,197	10,788
12	Women's, misses' and children's footwear	15,387	14,277	24,925	28,338	29,441	23,583	21,099
13	Men's clothing	23,420	23,040	35,906	37,181	38,631	43,374	29,627
14	Men's furnishings	26,318	26,319	39,157	40,122	48,048	56,685	41,988
15	Boys' clothing and furnishings	7,730	7,373	12,535	13,766	13,260	11,846	10,903
16	Men's and boys' footwear	10,677	9,187	16,026	17,360	18,483	18,244	15,187
17	Food and kindred products	51,900	61,856	56,138	63,290	64,008	55,109	50,102
18	Toiletries, cosmetics and drugs	44,181	43,798	50,385	49,880	54,188	51,749	49,399
19	Photographic equipment and supplies	8,696	7,143	9,237	9,744	10,591	13,073	12,362
20	Piece goods	2,809	3,130	4,149	3,304	4,032	3,203	3,124
21	Linens and domestics	31,393	18,082	24,667	24,800	29,360	28,945	31,758
22	Smallwares and notions	9,272	7,386	8,651	7,700	7,483	7,084	7,350
23	China and glassware	7,208	7,887	10,144	9,676	13,474	10,494	10,455
24	Floor coverings	8,851	9,143	11,711	12,475	13,137	12,748	14,385
25	Draperies, curtains and furniture coverings	9,904	9,771	13,429	14,418	16,327	15,489	16,232
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	5,569	4,787	6,403	7,095	6,408	6,341	7,392
27	Furniture	42,715	32,951	45,260	48,996	49,727	50,180	54,593
28	Major appliances	39,936	32,286	41,867	42,455	45,442	45,854	52,979
29	Television, radio and music	32,827	29,117	37,678	35,057	29,059	32,174	33,653
30	Housewares and small electrical appliances	25,526	26,051	26,031	28,339	32,284	32,130	32,496
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	20,892	16,554	22,570	34,262	47,424	40,646	35,819
32	Plumbing, heating and building materials	6,876	5,756	7,315	9,598	11,487	10,014	11,537
33	Jewellery	10,829	12,325	18,174	19,441	24,284	20,432	18,371
34	Toys and games	12,547	13,054	18,893	20,478	18,223	19,636	20,216
35	Sporting goods and luggage	18,858	16,132	20,308	26,535	32,932	32,851	29,996
36	Stationery, books and magazines	22,137	21,397	24,734	24,307	26,250	25,556	22,763
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	11,902	10,041	11,563	14,331	15,342	15,181	14,155
38	Meals and lunches	19,374	17,630	21,869	20,788	21,308	20,882	20,359
39	Repairs and services	10,898	9,123	11,565	10,986	12,149	11,859	11,141
40	All other departments	24,801	21,916	29,183	33,858	45,181	37,375	33,991
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	692,108	647,065	849,077	901,404	990,625	928,157	875,654

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1985			1984			Change October 1985/1984	Rayon	N°
August	September	October	October	November	December	Variation Octobre 1985/1984		
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre			
Thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
17,824	16,777	18,250	16,077	17,081	22,831	+13.5	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
16,211	21,679	27,951	26,631	28,221	23,182	+5.0	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
60,921	69,204	67,606	56,248	64,239	78,205	+20.2	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
2,445	3,942	5,992	5,537	9,114	7,811	+8.2	Fourrures	4
28,488	25,895	28,833	26,838	29,012	36,901	+7.4	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
30,126	17,091	16,734	15,231	22,441	23,697	+9.9	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
16,108	16,609	18,673	18,511	29,712	48,995	+0.9	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
11,992	12,696	11,112	9,940	11,570	15,153	+11.8	Sous-vêtements	8
1,573	2,107	2,790	2,716	4,273	4,013	+2.7	Chapeaux	9
8,903	12,148	12,033	11,538	12,862	16,253	+4.3	Bas pour dames et fillettes	10
12,966	17,429	20,417	17,847	28,737	41,120	+14.4	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
26,123	30,827	31,191	29,925	34,475	32,200	+4.2	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
36,896	42,783	43,621	41,679	62,353	81,772	+4.7	Vêtements pour hommes	13
42,831	47,670	47,483	42,759	72,134	118,770	+11.0	Articles d'habillement pour hommes	14
24,794	12,921	14,279	13,041	17,219	24,605	+9.5	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
16,557	18,272	17,478	16,448	22,534	26,104	+6.3	Chaussures pour hommes et garçons	16
62,110	52,306	58,969	59,062	79,422	86,944	-0.2	Produits alimentaires et connexes	17
53,736	49,539	57,967	51,859	68,184	126,980	+11.8	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
13,960	10,316	10,995	11,295	15,599	29,572	-2.7	Appareils et fournitures photographiques	19
3,711	3,892	4,229	4,530	4,704	3,605	-6.6	Issus à la pièce	20
34,275	33,504	32,613	27,969	33,925	46,184	+16.6	Literie et linge de maison	21
7,574	10,412	9,152	9,572	10,645	12,761	-4.4	Menus articles	22
10,324	12,470	10,619	11,760	20,210	37,306	-9.7	Porcelaine et verrerie	23
13,693	14,288	17,025	14,153	16,099	11,948	+20.3	Revêtements de plancher	24
15,231	15,132	16,703	15,731	17,663	17,044	+6.2	Tentures, rideaux et housses	25
8,030	8,085	9,068	8,307	13,047	20,568	+9.2	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
45,912	50,179	57,885	47,236	47,918	43,200	+22.5	Meubles	27
48,418	49,799	55,077	47,118	52,088	54,816	+16.9	Gros appareils ménagers	28
47,884	49,269	45,060	45,651	57,889	89,000	-1.3	Téléviseurs, radios et musique	29
36,452	33,206	36,680	35,955	47,449	80,759	+2.0	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
30,762	26,269	31,745	26,503	29,629	35,435	+19.8	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
9,288	9,065	10,722	10,353	10,639	11,442	+3.6	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
19,805	22,442	20,799	17,998	29,894	67,633	+15.6	Bijouterie	33
21,322	19,491	30,774	31,689	62,080	91,424	-2.9	Jouets et jeux	34
25,082	21,371	20,852	19,092	28,011	47,844	+9.2	Articles de sport et valises	35
35,805	33,336	23,784	24,710	43,591	74,184	-3.7	Papeterie, livres et revues	36
13,427	13,427	19,842	19,614	20,963	21,877	+1.2	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
22,246	20,563	22,738	21,952	26,163	32,636	+3.6	Repas et casse-croûtes	38
11,305	11,047	13,415	12,098	15,849	13,683	+10.9	Services et travaux de réparation	39
34,835	27,385	31,097	31,887	36,654	57,324	-2.5	Tous autres rayons	40
979,945	964,843	1,032,253	957,060	1,254,292	1,715,781	+7.9	TOTAL, TOUS RAYONS	41



TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	16,279	15,795	17,758	17,242	19,103	16,836	18,297
2	Women's and misses' coats and suits	16,443	16,891	19,946	17,202	18,173	18,133	16,572
3	Women's and misses' sportswear	54,938	55,909	59,245	58,951	63,424	57,997	60,950
4	Furs	3,164	3,111	2,555	4,820	2,245	3,361	3,204
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	24,881	25,953	25,999	24,552	25,081	25,026	25,460
6	Girls' and teenage girls' wear	17,218	15,735	19,400	17,879	18,534	15,676	18,361
7	Lingerie and women's sleepwear	20,356	19,788	20,443	19,720	20,505	19,111	22,152
8	Intimate apparel	11,360	11,190	11,745	11,584	11,652	11,270	11,907
9	Millinery	1,974	1,917	1,949	1,978	2,004	1,936	1,996
10	Women's and girls' hosiery	10,653	10,544	11,216	10,834	11,118	11,177	11,083
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	17,288	17,260	17,785	17,042	17,742	17,021	17,176
12	Women's and children's footwear	25,658	25,496	26,839	26,192	27,405	24,683	27,859
13	Men's clothing	38,231	39,618	40,519	40,743	42,553	42,742	43,490
14	Men's furnishings	47,824	48,841	52,864	50,736	54,850	51,201	53,903
15	Boys' clothing and furnishings	14,071	13,853	14,660	13,815	14,112	13,927	14,569
16	Men's and boys' footwear	17,615	15,993	18,771	16,538	17,043	16,890	18,471
17	Food and kindred products	61,438	62,596	62,967	62,276	61,521	63,285	59,093
18	Toiletries, cosmetics and drugs	56,885	58,066	58,495	57,753	59,191	60,087	58,637
19	Photographic equipment and supplies	12,556	11,919	12,566	12,729	12,309	12,818	12,615
20	Piece goods	3,360	3,713	3,817	3,516	3,873	3,670	3,733
21	Linens and domestics	29,407	30,819	31,873	30,750	31,003	30,175	30,209
22	Smallwares and notions	8,670	8,923	9,340	8,945	9,223	9,295	8,872
23	China and glassware	12,588	12,669	13,280	13,536	13,439	13,687	13,000
24	Floor coverings	10,566	11,628	11,900	12,229	13,151	13,171	13,463
25	Draperies, curtains and furniture coverings	13,993	14,220	14,409	14,007	14,637	14,582	15,008
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7,585	7,882	8,215	8,682	7,783	8,341	8,434
27	Furniture	45,164	45,043	48,178	50,116	44,991	46,870	45,152
28	Major appliances	44,538	45,415	46,768	46,833	45,358	43,742	45,972
29	Television, radio and music	39,940	42,429	43,009	43,394	37,924	43,366	40,406
30	Housewares and small electrical appliances	36,843	35,867	36,644	34,901	34,652	35,060	36,005
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	29,058	26,480	28,516	32,688	33,677	33,102	35,345
32	Plumbing, heating and building materials	9,483	8,794	9,358	9,095	9,139	8,369	9,771
33	Jewellery	22,559	22,962	24,811	24,990	25,308	24,294	24,492
34	Toys and games	31,623	30,273	32,068	30,796	30,124	31,909	31,140
35	Sporting goods and luggage	27,258	28,226	27,382	27,220	26,866	26,201	26,282
36	Stationery, books and magazines	31,571	31,127	32,423	31,644	31,612	31,783	29,876
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	14,318	14,487	14,300	14,330	14,519	14,932	14,715
38	Meals and lunches	21,966	22,022	22,816	22,349	22,196	22,250	21,770
39	Repairs and services	12,324	11,202	11,876	11,612	12,206	12,396	12,561
40	All other departments	34,387	33,577	34,586	33,467	34,211	34,096	36,365
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	956,034	958,235	1,001,292	987,684	994,457	984,468	998,366

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1985			1984			Change October/September 1985	Rayon	N°
August Août	September <sup>F</sup> Septembre <sup>F</sup>	October <sup>P</sup> Octobre <sup>P</sup>	October Octobre	November Novembre	December Décembre	Variation octobre/septembre 1985		
thousands of dollars milliers de dollars						per cent pourcentage		
17,486	17,705	18,622	16,617	15,842	16,012	+5.2	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
15,698	18,252	16,874	16,392	17,232	16,572	-7.5	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
60,880	59,512	64,166	55,615	56,579	54,511	+7.8	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
4,055	4,289	3,704	3,873	4,221	3,331	-13.6	Fourrures	4
25,366	25,267	25,776	24,422	24,817	24,467	+2.0	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
18,810	16,579	17,757	16,023	18,236	16,047	+7.1	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
19,918	18,924	19,431	19,641	20,378	20,071	+2.7	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
11,917	12,133	11,927	10,873	10,959	11,092	-1.7	Sous-vêtements	8
2,458	2,269	2,077	1,982	2,028	1,680	-8.5	Chapeaux	9
10,974	10,676	10,708	10,291	10,520	10,290	+0.3	Bas pour dames et fillettes	10
17,287	17,510	18,364	16,677	18,139	17,143	+4.9	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
25,971	25,695	25,861	25,169	25,627	25,317	+0.6	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
43,572	41,605	41,851	39,739	41,891	41,999	+0.6	Vêtements pour hommes	13
54,171	52,803	52,431	46,847	48,385	47,510	-0.7	Articles d'habillement pour hommes	14
15,731	13,992	14,761	13,737	13,786	13,674	+5.5	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
17,654	17,510	17,277	16,187	16,627	16,975	-1.3	Chaussures pour hommes et garçons	16
60,827	61,387	61,068	61,676	63,157	63,684	-0.5	Produits alimentaires et connexes	17
59,612	59,091	60,125	54,878	57,870	57,555	+1.8	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
12,959	11,819	12,316	12,896	12,936	12,857	+4.2	Appareils et fournitures photographiques	19
3,595	3,582	3,513	3,781	3,797	3,629	-1.9	Tissus à la pièce	20
32,806	31,211	31,777	28,038	30,857	29,597	+1.8	Literie et linge de maison	21
8,843	8,761	8,100	8,357	8,515	8,762	-7.5	Menus articles	22
13,225	14,158	11,936	13,600	13,583	13,907	-15.7	Porcelaine et verrerie	23
14,090	14,092	13,759	11,633	13,009	12,068	-2.4	Revêtements de plancher	24
15,198	15,152	15,340	14,812	15,110	14,833	+1.2	Tentures, rideaux et housses	25
8,852	8,668	8,876	8,359	8,847	8,949	+2.4	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
47,090	51,117	52,735	45,790	46,458	45,024	+3.2	Meubles	27
47,577	48,378	49,145	43,571	46,663	50,116	+1.6	Gros appareils ménagers	28
51,221	43,744	42,900	43,152	43,204	44,107	-1.9	Téléviseurs, radios et musique	29
38,634	37,578	36,706	36,198	37,240	36,971	-2.3	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
32,938	32,288	31,123	25,922	27,767	26,309	-3.6	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
9,349	9,856	9,559	9,798	9,967	10,763	-3.0	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
24,772	24,610	24,743	21,570	21,977	22,753	+0.5	Bijouterie	33
32,291	30,864	29,934	30,291	27,851	26,188	-3.0	Jouets et jeux	34
26,641	27,003	27,439	25,614	27,099	25,640	+1.6	Articles de sport et valises	35
32,471	32,304	29,472	29,518	32,280	31,347	-8.8	Papeterie, livres et revues	36
13,799	16,215	15,793	16,849	15,825	16,567	-2.6	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
22,178	22,224	22,513	22,107	22,442	22,237	+1.3	Repas et casse-croûtes	38
12,366	12,198	12,313	11,094	11,377	11,044	+0.9	Services et travaux de réparation	39
36,764	33,803	34,310	34,937	34,994	34,397	+1.5	Tous autres rayons	40
1,020,045	1,004,821	1,007,080	948,526	978,095	965,994	+0.2	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

		1985						
Province		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Newfoundland	6,952	7,096	9,731	10,888	12,108	11,545	10,794
2	Prince Edward Island	4,074	3,852	4,567	5,274	5,531	5,837	6,595
3	Nova Scotia	18,630	18,740	25,876	28,657	31,526	31,991	28,983
4	New Brunswick	13,276	12,894	18,127	19,339	21,776	20,529	18,852
5	Quebec	130,436	121,067	160,174	175,359	199,264	176,088	164,993
6	Ontario	248,605	230,686	304,119	329,678	358,424	344,864	322,440
7	Manitoba	34,415	33,067	46,213	48,619	51,033	47,723	45,315
8	Saskatchewan	22,137	20,906	27,964	29,300	31,499	28,559	28,281
9	Alberta	97,925	91,754	117,811	117,594	131,665	119,766	115,381
10	British Columbia	115,658	107,002	134,497	136,697	147,799	141,256	134,021
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-	-
12	CANADA	692,108	647,065	849,077	901,404	990,625	928,157	875,654

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

		1985						
Selected metropolitan areas		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Calgary	37,702	35,612	45,068	44,971	50,471	46,784	44,364
2	Edmonton	44,148	40,891	52,733	52,316	59,076	53,206	51,338
3	Halifax-Dartmouth	11,130	10,743	14,671	15,563	17,662	17,965	16,045
4	Hamilton	19,486	16,635	21,422	24,210	26,387	24,478	23,652
5	Montréal	78,812	73,022	94,865	102,956	115,914	103,375	93,805
6	Ottawa-Hull	30,661	27,879	37,643	38,845	45,490	39,575	38,505
7	Quebec City	18,428	16,465	21,969	23,695	28,547	24,955	24,004
8	Toronto	99,553	95,090	125,686	130,664	139,376	138,949	124,716
9	Vancouver	70,220	64,386	80,280	80,174	87,331	84,774	77,796
10	Winnipeg	31,341	29,981	41,482	43,706	46,154	42,837	41,065

TABLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1984 et 1985

1985			1984			Change October 1985/1984	Province	Nº
August	September	October	October	November	December	Variation octobre 1985/1984		
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre			
thousands of dollars - milliers de dollars								
12,654	11,290	13,196	12,329	16,271	23,157	+7.0	Terre-Neuve	1
6,559	5,012	6,301	5,624	7,412	10,707	+12.0	Île-du-Prince-Édouard	2
32,191	29,139	33,547	30,813	43,553	61,171	+8.9	Nouvelle-Écosse	3
21,391	19,570	21,996	21,328	30,789	40,972	+3.1	Nouveau-Brunswick	4
190,292	179,505	200,483	182,239	230,121	311,798	+10.0	Québec	5
357,963	350,990	387,148	346,765	472,695	652,243	+11.6	Ontario	6
50,957	50,634	50,329	49,639	65,859	85,871	+1.4	Manitoba	7
31,460	30,531	30,529	30,177	41,146	53,485	+1.2	Saskatchewan	8
129,117	134,799	135,332	126,976	158,726	218,029	+6.6	Alberta	9
147,360	153,372	153,392	148,115	184,827	253,420	+3.6	Colombie-Britannique	10
-	-	-	3,054	2,894	4,928	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
979,945	964,843	1,032,253	957,060	1,254,292	1,715,781	+7.9	CANADA	12

TABLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

1985			1984			Change October 1985/1984	Certaines zones métropolitaines	Nº
August	September	October	October	November	December	Variation octobre 1985/1984		
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre			
thousands of dollars - milliers de dollars								
49,407	52,048	52,006	48,618	60,020	83,892	+7.0	Calgary	1
58,667	60,521	60,647	57,446	71,344	96,074	+5.6	Edmonton	2
17,632	16,888	19,767	17,572	24,904	32,904	+12.5	Halifax-Dartmouth	3
23,643	26,562	28,036	25,892	32,526	50,915	+8.3	Hamilton	4
112,176	108,016	119,668	108,137	138,914	190,400	+10.7	Montréal	5
42,826	42,893	45,364	44,593	56,416	73,494	+1.7	Ottawa-Hull	6
25,914	25,481	27,125	25,644	31,863	40,556	+5.8	Ville de Québec	7
141,675	146,586	159,329	139,154	188,655	263,715	+14.5	Toronto	8
84,663	93,003	91,465	87,881	108,850	148,953	+4.1	Vancouver	9
45,816	45,929	45,427	44,889	59,918	76,858	+1.2	Winnipeg	10

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

		1985						
Province		January	February	March	April	May	June	July
	No.	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x
2	Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x
3	Nova Scotia	7,353	6,567	9,188	9,717	10,259	10,862	9,723
4	New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x
5	Quebec	75,980	67,700	90,490	95,938	109,889	97,397	91,020
6	Ontario	153,708	138,416	185,694	191,431	206,083	199,764	190,466
7	Manitoba	23,448	21,585	30,515	30,889	30,978	29,066	28,534
8	Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x
9	Alberta	76,498	69,584	87,813	86,695	95,243	86,065	83,289
10	British Columbia	95,162	86,133	107,111	107,696	113,074	107,943	102,606
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-	-
12	CANADA	453,711	409,143	537,063	549,234	594,109	557,754	532,232

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

		1985						
No.	Selected metropolitan areas	January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Calgary	30,048	27,906	34,770	34,678	37,994	34,846	33,254
2	Edmonton	35,184	31,384	40,019	39,005	43,339	38,937	37,973
3	Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x
4	Hamilton	14,872	12,214	15,555	17,471	18,781	17,292	17,339
5	Montréal	51,972	47,044	61,779	65,112	74,094	66,021	59,876
6	Ottawa-Hull	19,758	16,730	23,497	22,833	27,075	24,082	23,847
7	Quebec City	x	x	x	x	x	x	x
8	Toronto	72,416	69,020	93,501	93,067	97,410	98,228	88,056
9	Vancouver	62,059	56,067	69,426	68,968	74,419	72,571	66,687
10	Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x



1985			1984			Change October 1985/1984	Province	N <sup>o</sup>
August Août	September Septembre	October Octobre	October Octobre	November Novembre	December Décembre	Variation octobre 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
10,414	10,693	11,856	11,086	15,666	20,626	+6.9	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
105,825	105,573	116,977	107,600	135,411	173,829	+8.7	Québec	5
209,078	222,536	236,110	214,317	292,214	386,092	+10.2	Ontario	6
31,337	35,158	32,074	32,513	43,967	54,203	-1.4	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
92,665	101,277	100,170	94,529	120,054	160,601	+6.0	Alberta	9
111,154	120,883	117,901	118,969	148,121	198,033	-0.9	Colombie-Britannique	10
-	-	-	x	x	x	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
588,786	626,857	645,607	611,524	799,105	1,049,201	+5.6	CANADA	12

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

		1985						
Province		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x
2	Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x
3	Nova Scotia	11,277	12,173	16,688	18,939	21,267	21,129	19,260
4	New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x
5	Quebec	54,456	53,367	69,684	79,421	89,375	78,691	73,973
6	Ontario	94,898	92,269	118,425	138,246	152,341	145,100	131,974
7	Manitoba	10,967	11,482	15,698	17,729	20,055	18,658	16,781
8	Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x
9	Alberta	21,426	22,170	29,998	30,899	36,422	33,701	32,091
10	British Columbia	20,496	20,869	27,386	29,001	34,725	33,314	31,415
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-	-
12	CANADA	238,397	237,922	312,014	352,171	396,516	370,404	343,422

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

		1985						
Selected metropolitan areas		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Calgary	7,655	7,707	10,298	10,293	12,477	11,938	11,110
2	Edmonton	8,965	9,507	12,714	13,311	15,738	14,269	13,365
3	Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x
4	Hamilton	4,614	4,421	5,868	6,739	7,606	7,186	6,313
5	Montréal	26,840	25,978	33,087	37,844	41,819	37,354	33,933
6	Ottawa-Hull	10,903	11,149	14,147	16,012	18,416	15,494	14,658
7	Quebec City	x	x	x	x	x	x	x
8	Toronto	27,136	26,070	32,185	37,597	41,966	40,721	36,659
9	Vancouver	8,161	8,320	10,854	11,206	12,913	12,202	11,112
10	Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985

1985			1984			Change October 1985/1984	Province	N <sup>o</sup>
August Août	September Septembre	October Octobre	October Octobre	November Novembre	December Décembre	Variation octobre 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
21,777	18,446	21,691	19,727	27,887	40,544	+10.0	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
84,468	73,933	83,507	74,639	94,710	137,969	+11.9	Québec	5
148,885	128,454	151,038	132,448	180,480	266,151	+14.0	Ontario	6
19,620	15,476	18,255	17,126	21,892	31,669	+6.6	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
36,453	33,523	35,162	32,447	38,673	57,427	+8.4	Alberta	9
36,206	32,489	35,491	29,147	36,706	55,387	+21.8	Colombie-Britannique	10
-	-	-	x	x	x	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
391,160	337,985	386,646	345,536	455,187	666,580	+11.9	CANADA	12

TABLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

Province	1985					
	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre					
1 Newfoundland	14	14	14	14	14	14
2 Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7
3 Nova Scotia	33	33	33	34	34	34
4 New Brunswick	27	27	27	27	27	27
5 Quebec	163	163	163	163	163	163
6 Ontario	297	297	297	297	297	297
7 Manitoba	38	38	38	38	38	38
8 Saskatchewan	32	32	32	32	32	32
9 Alberta	81	81	81	81	81	81
10 British Columbia	102	101	101	101	102	102
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12 CANADA	794(1)	793	793	794	795	795

(1) The decrease of seven stores is due to the reclassification of these department stores to other kinds of business.

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

Selected metropolitan areas	1985					
	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre					
1 Calgary	26	26	26	26	26	26
2 Edmonton	33	33	33	33	33	33
3 Halifax-Dartmouth	14	14	14	14	15	15
4 Hamilton	24	24	24	24	25	25
5 Montréal	76	76	76	76	76	76
6 Ottawa-Hull	32	32	32	32	32	32
7 Quebec City	22	22	22	22	22	22
8 Toronto	88	88	88	88	88	88
9 Vancouver	41	41	41	41	42	42
10 Winnipeg	30	30	30	30	30	30

TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1984 et 1985

1985				1984				
July	August	September	October	October	November	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre		N <sup>o</sup>
number - nombre								
14	14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
34	34	34	34	33	33	33	Nouvelle-Écosse	3
26	26	26	26	27	27	27	Nouveau-Brunswick	4
162	163	163	163	161	163	163	Québec	5
298	301	304	304	298	298	298	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
32	32	32	32	32	32	32	Saskatchewan	8
80	80	81	81	81	81	81	Alberta	9
101	101	101	101	102	102	102	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
792	796	800	800	799	801	801	CANADA	12

(1) La baisse de sept magasins a été causée par la reclassification de ces magasins à d'autres genres de commerce.

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]



TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

No.	Province	1985					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		number - nombre					
1	Newfoundland	6	6	6	6	6	6
2	Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3
3	Nova Scotia	7	7	7	7	7	7
4	New Brunswick	4	4	4	4	4	4
5	Quebec	55	55	55	55	54	54
6	Ontario	109	109	109	109	109	109
7	Manitoba	18	18	18	18	17	17
8	Saskatchewan	15	15	15	15	15	15
9	Alberta	46	46	46	46	45	45
10	British Columbia	60	59	59	59	53	53
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12	CANADA	323	322	322	322	313	313

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		number - nombre					
1	Calgary	14	14	14	14	14	14
2	Edmonton	18	18	18	18	18	18
3	Halifax-Dartmouth	6	6	6	6	6	6
4	Hamilton	14	14	14	14	14	14
5	Montréal	30	30	30	30	30	30
6	Ottawa-Hull	12	12	12	12	12	12
7	Quebec City	8	8	8	8	8	8
8	Toronto	40	40	40	40	40	40
9	Vancouver	26	26	26	26	27	27
10	Winnipeg	13	13	13	13	13	13

TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985

1985				1984				
July	August	September	October	October	November	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre		N <sup>o</sup>
number - nombre								
6	6	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2
7	7	7	7	7	7	7	Nouvelle-Écosse	3
4	4	4	4	4	4	4	Nouveau-Brunswick	4
54	54	54	54	55	55	55	Québec	5
110	113	116	116	110	110	110	Ontario	6
17	17	17	17	18	18	18	Manitoba	7
15	15	15	15	15	15	15	Saskatchewan	8
44	44	45	45	46	46	46	Alberta	9
52	52	52	52	60	60	60	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	5	5	5	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
312	315	319	319	329	329	329	CANADA	12

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

		1985					
Province		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.		number - nombre					
1	Newfoundland	8	8	8	8	8	8
2	Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4
3	Nova Scotia	26	26	26	27	27	27
4	New Brunswick	23	23	23	23	23	23
5	Quebec	108	108	108	108	109	109
6	Ontario	188	188	188	188	188	188
7	Manitoba	20	20	20	20	21	21
8	Saskatchewan	17	17	17	17	17	17
9	Alberta	35	35	35	35	36	36
10	British Columbia	42	42	42	42	49	49
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12	CANADA	471	471	471	472	482	482

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
number - nombre							
1	Calgary	12	12	12	12	12	12
2	Edmonton	15	15	15	15	15	15
3	Halifax-Dartmouth	8	8	8	8	9	9
4	Hamilton	10	10	10	10	11	11
5	Montréal	46	46	46	46	46	46
6	Ottawa-Hull	20	20	20	20	20	20
7	Quebec City	14	14	14	14	14	14
8	Toronto	48	48	48	48	48	48
9	Vancouver	15	15	15	15	15	15
10	Winnipeg	17	17	17	17	17	17

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985

1985				1984				
July	August	September	October	October	November	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre		N <sup>o</sup>
number - nombre								
8	8	8	8	8	8	8	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
27	27	27	27	26	26	26	Nouvelle-Écosse	3
22	22	22	22	23	23	23	Nouveau-Brunswick	4
108	109	109	109	106	108	108	Québec	5
188	188	188	188	188	188	188	Ontario	6
21	21	21	21	20	20	20	Manitoba	7
17	17	17	17	17	17	17	Saskatchewan	8
36	36	36	36	35	35	35	Alberta	9
49	49	49	49	42	42	42	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
480	481	481	481	470	472	472	CANADA	12

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]

TABLE 15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985

January-October

TABLEAU 15. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

Janvier-octobre

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1985/1984
		1984 <sup>r</sup>	1985	Variation 1985/1984
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	151,304	168,168	+11.1
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	151,064	155,399	+2.9
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et jeunes filles	511,720	565,418	+10.5
4	Furs - Fourrures	23,444	26,132	+11.5
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	226,111	235,385	+4.1
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	153,719	164,859	+7.2
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	161,213	162,060	+0.5
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	103,630	111,761	+7.8
9	Millinery - Chapeaux	14,308	15,425	+7.8
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	97,360	99,676	+2.4
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	129,722	139,202	+7.3
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	235,087	245,191	+4.3
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	329,992	354,479	+7.4
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	383,791	416,621	+8.6
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habille- ment pour garçons	119,494	129,407	+8.3
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	146,799	157,471	+7.3
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	563,679	575,788	+2.1
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	457,879	504,822	+10.3
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	111,566	106,117	-4.9
20	Piece goods - Tissus à la pièce	38,886	35,583	-8.5
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	266,738	289,397	+8.5
22	Smallwares and notions - Menus articles	77,773	82,064	+5.5
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	99,581	102,751	+3.2
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	116,555	127,456	+9.4
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	144,200	142,636	-1.1
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	71,800	69,178	-3.7
27	Furniture - Meubles	441,383	478,398	+8.4
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	431,569	454,113	+5.2
29	Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique	373,331	371,778	-0.4
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	308,485	309,195	+0.2
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	255,386	306,943	+20.2
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	103,819	91,658	-11.7
33	Jewellery - Bijouterie	167,952	186,902	+11.3
34	Toys and games - Jouets et jeux	179,916	194,634	+8.2
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	236,155	244,917	+3.7
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	256,472	260,069	+1.4
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	163,020	139,211	-14.6
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	206,419	207,757	+0.6
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	99,572	113,488	+14.0
40	All other departments - Tous autres rayons	303,904	319,622	+5.2
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	8,414,798	8,861,131	+5.3



TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985

January-October

TABLEAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1984 et 1985

Janvier-octobre

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	98,688	106,254	+7.7
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	52,185	53,602	+2.7
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	252,489	279,280	+10.6
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	183,881	187,750	+2.1
Québec	1,586,819	1,697,661	+7.0
Ontario	3,025,216	3,234,917	+6.9
Manitoba	443,500	458,305	+3.3
Saskatchewan	271,794	281,166	+3.4
Alberta	1,144,707	1,191,144	+4.1
British Columbia - Colombie-Britannique	1,329,675	1,371,054	+3.1
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	25,840	-	...
<b>CANADA</b>	<b>8,414,798</b>	<b>8,861,131</b>	<b>+5.3</b>

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

January-October

TABLEAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

Janvier-octobre

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
Certaines zones métropolitaines	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	434,501	458,433	+5.5
Edmonton	521,692	533,543	+2.3
Halifax-Dartmouth	138,268	158,066	+14.3
Hamilton	222,993	234,511	+5.2
Montréal	931,755	1,002,613	+7.6
Ottawa-Hull	374,425	389,681	+4.1
Quebec City - Ville de Québec	228,058	236,583	+3.7
Toronto	1,202,553	1,301,624	+8.2
Vancouver	780,356	814,094	+4.3
Winnipeg	401,900	413,742	+2.9

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985

January-October

TABLEAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985

Janvier-octobre

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>r</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	81,860	96,632	+18.0
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	910,045	956,789	+5.1
Ontario	1,840,158	1,933,286	+5.1
Manitoba	290,252	293,584	+1.1
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	861,290	879,299	+2.1
British Columbia - Colombie-Britannique	1,061,490	1,069,663	+0.8
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	-	...
<b>CANADA</b>	<b>5,331,435</b>	<b>5,494,496</b>	<b>+3.1</b>

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

January-October

TABLEAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

Janvier-octobre

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>r</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	336,899	351,225	+4.3
Edmonton	398,904	401,330	+0.6
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	164,278	170,149	+3.6
Montréal	608,885	654,050	+7.4
Ottawa-Hull	237,270	239,464	+0.9
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	871,446	941,275	+8.0
Vancouver	675,394	702,692	+4.0
Winnipeg	x	x	x

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985

January-October

TABLEAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985

Janvier-octobre

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	170,630	182,647	+7.0
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	676,772	740,875	+9.5
Ontario	1,185,059	1,301,630	+9.8
Manitoba	153,247	164,721	+7.5
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	283,417	311,845	+10.0
British Columbia - Colombie-Britannique	268,187	301,392	+12.4
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	-	...
<b>CANADA</b>	<b>3,083,362</b>	<b>3,366,637</b>	<b>+9.2</b>

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

January-October

TABLEAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

Janvier-octobre

Selected metropolitan areas  Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	97,603	107,210	+9.8
Edmonton	122,787	132,215	+7.7
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	58,716	64,362	+9.6
Montréal	322,865	348,562	+8.0
Ottawa-Hull	137,156	150,221	+9.5
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	331,109	360,347	+8.8
Vancouver	104,965	111,404	+6.1
Winnipeg	x	x	x

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1983-1985

TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1983-1985

Period Période	Department stores Grands magasins		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Total					
	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
<b>1983:</b>						
January - Janvier	623,021	100.0	416,075	66.8	206,946	33.2
February - Février	603,808	100.0	400,059	66.3	203,749	33.7
March - Mars	787,544	100.0	517,493	65.7	270,051	34.3
April - Avril	775,226	100.0	496,409	64.0	278,817	36.0
May - Mai	842,133	100.0	524,430	62.3	317,702	37.7
June - Juin	920,150	100.0	578,341	62.9	341,809	37.1
July - Juillet	813,746	100.0	510,481	62.7	303,265	37.3
August - Août	850,885	100.0	528,907	62.2	321,978	37.8
September - Septembre	922,067	100.0	609,641	66.1	312,425	33.9
October - Octobre	922,014	100.0	605,042	65.6	316,972	34.4
November - Novembre	1,138,763	100.0	741,909	65.2	396,854	34.8
December - Décembre	1,731,121	100.0	1,078,633	62.3	652,488	37.7
Year - Année	10,930,478	100.0	7,007,420	64.1	3,923,056	35.9
<b>1984:</b>						
January - Janvier	649,626	100.0	433,177	66.7	216,450	33.3
February - Février	659,594	100.0	426,537	64.7	233,057	35.3
March - Mars	806,999	100.0	529,691	65.6	277,309	34.4
April - Avril	843,022	100.0	522,096	61.9	320,926	38.1
May - Mai	930,389	100.0	577,533	62.1	352,855	37.9
June - Juin	941,728	100.0	584,661	62.1	357,066	37.9
July - Juillet	806,592	100.0	496,195	61.5	310,397	38.5
August - Août	872,423	100.0	530,591	60.8	341,831	39.2
September - Septembre	947,365	100.0	619,430	65.4	327,935	34.6
October - Octobre	957,060	100.0	611,524	63.9	345,536	36.1
November - Novembre	1,254,292	100.0	799,105	63.7	455,187	36.3
December - Décembre	1,715,781	100.0	1,049,201	61.2	666,580	38.8
Year - Année	11,384,871	100.0	7,179,741	63.1	4,205,129	36.9
<b>1985:</b>						
January - Janvier	692,108	100.0	453,711	65.6	238,397	34.4
February - Février	647,065	100.0	409,143	63.2	237,922	36.8
March - Mars	849,077	100.0	537,063	63.3	312,014	36.7
April - Avril	901,404	100.0	549,234	60.9	352,171	39.1
May - Mai	990,625	100.0	594,109	60.0	396,516	40.0
June - Juin	928,157	100.0	557,754	60.1	370,404	39.9
July - Juillet	875,654	100.0	532,232	60.8	343,422	39.2
August - Août	979,945	100.0	588,786	60.1	391,160	39.9
September - Septembre	964,843	100.0	626,857	65.0	337,985	35.0
October - Octobre	1,032,253	100.0	645,607	62.5	386,646	37.5
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1983-1985

October

TABLEAU 23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1983-1985

Octobre

Province and Selected Metropolitan Areas Province et certaines zones métropolitaines	Distribution			Change 1985/1984
	1983	1984	1985	Variation 1985/1984
	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	7.0	7.0	6.7	-4.3
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	13.9	12.7	13.4	+5.5
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	8.6	9.0	8.4	-6.7
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	8.6	8.4	8.1	-3.6
Québec	7.8	7.3	7.2	-1.4
Ontario	10.0	9.3	9.2	-1.1
Manitoba	13.5	12.6	11.5	-8.7
Saskatchewan	8.1	8.1	7.6	-6.2
Alberta	13.2	12.4	11.8	-4.8
British Columbia - Colombie-Britannique	14.1	13.6	12.7	-6.6
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11.2	10.8	...	...
<b>CANADA</b>	<b>10.2</b>	<b>9.6</b>	<b>9.3</b>	<b>-3.1</b>
Montréal	10.2	9.2	9.1	-1.1
Toronto	10.6	10.3	10.3	-
Winnipeg	18.4	17.5	15.6	-10.9
Vancouver	16.4	15.9	15.0	-5.7



TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1984 and 1985

		1985							
		January	February	March	April	May	June	July	August
Department		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
No.									
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	39,185	43,993	56,955	60,797	54,107	43,977	52,035	50,520
2	Women's and misses' coats and suits	48,419	65,516	68,340	61,861	53,789	43,361	71,654	82,262
3	Women's and misses' sportswear	128,354	150,980	171,399	178,900	166,346	144,730	145,696	152,682
4	Furs	23,715	19,658	14,917	27,476	28,928	30,362	34,836	37,360
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	71,653	67,973	77,245	89,457	84,937	80,040	93,305	88,047
6	Girls' and teenage girls' wear	37,234	51,030	59,132	54,914	58,342	47,063	64,292	55,065
7	Lingerie and women's sleepwear	44,161	42,405	47,653	55,747	53,175	45,396	45,570	47,129
8	Intimate apparel	46,429	41,490	43,624	45,951	44,588	44,618	42,524	45,661
9	Millinery	3,119	3,418	2,548	3,521	2,990	2,606	2,267	6,039
10	Women's and girls' hosiery	37,889	34,836	38,986	42,035	37,480	34,668	34,978	40,429
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	49,934	48,511	53,600	57,748	53,111	46,410	51,969	60,155
12	Women's, misses' and children's footwear	87,816	99,585	121,486	122,004	113,930	101,511	103,552	107,102
13	Men's clothing	124,638	156,531	171,752	194,346	190,644	166,346	167,514	206,692
14	Men's furnishings	143,096	145,075	166,369	193,067	194,853	154,193	146,076	155,033
15	Boys' clothing and furnishings	42,748	45,631	47,836	46,461	42,819	44,144	62,408	42,024
16	Men's and boys' footwear	59,521	57,489	76,236	80,077	90,324	69,558	73,535	75,167
17	Food and kindred products	41,847	35,361	37,872	38,427	35,161	31,444	33,120	32,166
18	Toiletries, cosmetics and drugs	255,555	208,248	225,060	236,131	234,780	230,330	244,390	242,973
19	Photographic equipment and supplies	55,504	44,500	49,665	52,185	51,054	50,506	51,599	49,928
20	Piece goods	17,949	16,873	21,571	18,654	20,683	20,308	17,758	18,215
21	Linens and domestics	128,300	127,853	134,314	146,716	148,825	142,340	137,044	129,658
22	Smallwares and notions	38,175	35,879	37,555	44,184	47,806	48,739	48,143	49,133
23	China and glassware	68,077	74,719	66,029	85,463	84,766	76,648	77,449	81,931
24	Floor coverings	50,742	47,734	49,746	51,134	51,347	50,529	53,258	55,176
25	Draperies, curtains and furniture coverings	70,093	60,655	65,910	68,661	68,008	65,502	70,348	68,186
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	56,372	53,190	57,261	60,255	63,533	61,939	64,352	66,253
27	Furniture	145,059	145,868	149,735	157,566	152,328	151,943	156,706	152,710
28	Major appliances	67,296	72,678	74,982	76,661	73,394	70,552	69,632	63,275
29	Television, radio and music	133,537	128,146	140,488	153,594	145,992	138,333	132,625	140,840
30	Housewares and small electrical appliances	164,939	151,991	157,505	174,480	166,909	174,343	166,944	166,287
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	116,518	120,579	142,450	148,268	158,719	175,304	161,250	163,188
32	Plumbing, heating and building materials	24,231	21,786	31,394	24,392	25,361	28,840	26,458	26,308
33	Jewellery	109,160	96,901	107,128	113,812	113,439	109,202	113,481	121,103
34	Toys and games	112,665	109,764	121,590	141,558	153,617	158,887	183,356	199,802
35	Sporting goods and luggage	113,507	110,606	133,988	160,378	159,668	145,230	136,961	138,586
36	Stationery, books and magazines	135,422	125,423	130,744	139,442	144,907	133,691	142,334	139,433
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	53,925	50,203	53,851	54,543	53,906	52,859	49,351	51,032
38	Meals and lunches	985	539	654	646	597	423	569	277
39	Repairs and services	5,461	5,566	6,085	6,380	6,081	6,389	6,538	6,178
40	All other departments	58,419	50,976	61,896	72,766	86,123	68,824	57,471	67,797
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,011,649	2,970,159	3,275,551	3,540,658	3,517,367	3,292,088	3,393,348	3,481,802

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1985		1984			Change - Variation		Rayon	N°
September	October	October	November	December	October/ September 1985	October 1985/1984		
Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre	Octobre/ septembre 1985	Octobre 1985/1984		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
50,641	69,861	64,109	57,551	45,548	+38.0	+9.0	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
90,837	108,419	88,387	70,525	50,707	+19.4	+22.7	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
153,876	192,415	195,689	192,828	134,161	+25.0	-1.7	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
42,135	44,711	35,994	29,500	25,339	+6.1	+24.2	Fourrures	4
80,233	111,620	91,718	86,785	80,801	+39.1	+21.7	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
51,635	62,584	56,701	54,375	34,598	+21.2	+10.4	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
50,512	76,674	66,483	81,616	44,897	+51.8	+15.3	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
40,634	52,308	44,763	49,442	45,665	+28.7	+16.9	Sous-vêtements	8
7,309	14,405	4,267	6,080	5,211	+97.1	+237.6	Chapeaux	9
39,576	42,069	36,982	39,445	36,027	+6.3	+13.8	Bas pour dames et fillettes	10
68,465	99,915	71,298	82,743	55,141	+45.9	+40.1	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
110,052	125,503	111,899	107,316	92,122	+14.0	+12.2	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
188,030	228,547	217,788	214,964	165,233	+21.5	+4.9	Vêtements pour hommes	13
168,183	218,546	213,654	222,868	146,065	+29.9	+2.3	Articles d'habillement pour hommes	14
49,453	71,037	54,604	47,655	35,467	+43.6	+30.1	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
79,976	96,903	84,660	79,040	63,630	+21.2	+14.5	Chaussures pour hommes et garçons	16
37,354	46,549	45,449	51,232	23,221	+24.6	+2.4	Produits alimentaires et connexes	17
230,119	353,752	260,388	284,466	204,522	+53.7	+35.9	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
44,255	60,694	66,460	58,862	43,806	+37.1	-8.7	Appareils et fournitures photographiques	19
17,663	23,380	29,270	27,108	24,799	+32.4	-20.1	Tissus à la pièce	20
128,387	149,235	138,764	154,748	147,039	+16.2	+7.5	Literie et linge de maison	21
40,914	49,864	44,535	41,168	46,044	+21.9	+12.0	Menus articles	22
78,364	88,028	91,822	97,373	93,193	+12.3	-4.1	Porcelaine et verrerie	23
50,390	58,015	54,344	49,781	54,776	+15.1	+6.8	Revêtements de plancher	24
64,527	71,948	75,403	76,311	73,250	+11.5	-4.6	Tentures, rideaux et housses	25
65,483	78,858	75,621	75,656	53,262	+20.4	+4.3	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
142,538	164,063	179,951	151,221	179,768	+15.1	-8.8	Meubles	27
60,490	73,840	78,446	80,775	74,426	+22.1	-5.9	Gros appareils ménagers	28
121,105	155,876	172,697	181,676	149,533	+28.7	-9.7	Téléviseurs, radios et musique	29
162,028	188,480	180,228	200,634	146,834	+16.3	+4.6	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
152,176	185,927	146,733	138,855	130,912	+22.2	+26.7	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
24,350	28,404	29,249	28,862	33,964	+16.6	-2.9	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
118,100	163,565	141,229	149,624	109,540	+38.5	+15.8	Bijouterie	33
194,485	260,061	151,085	181,040	104,574	+33.7	+72.1	Jouets et jeux	34
127,607	167,978	165,201	153,366	126,179	+31.6	+1.7	Articles de sport et valises	35
144,200	160,820	153,559	189,350	132,241	+11.5	-4.7	Papeterie, livres et revues	36
47,809	63,124	49,132	51,924	62,989	+32.0	+28.5	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
440	268	605	399	166	-39.1	-55.7	Repas et casse-croûtes	38
3,752	2,588	5,593	5,996	5,584	-31.0	-53.7	Services et travaux de réparation	39
64,673	77,888	93,081	91,309	57,384	+20.4	-16.3	Tous autres rayons	40
3,392,756	4,288,722	3,867,841	3,944,469	3,138,618	+26.4	+10.9	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	45,735	48,351	51,442	50,516	50,524	51,804	52,587
2	Women's and misses' coats and suits	63,109	72,588	75,059	84,334	88,362	74,138	66,098
3	Women's and misses' sportswear	156,229	168,626	165,149	159,828	157,763	160,948	153,604
4	Furs	24,319	23,183	17,231	33,193	31,147	34,044	36,341
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	87,294	81,222	81,633	82,541	86,898	84,837	83,217
6	Girls' and teenage girls' wear	52,472	57,295	55,281	51,922	56,211	53,963	53,822
7	Lingerie and women's sleepwear	52,685	50,921	50,257	50,983	51,767	51,747	50,621
8	Intimate apparel	43,418	43,447	43,864	44,208	44,729	46,973	45,838
9	Millinery	3,225	4,032	3,996	4,601	4,137	4,284	3,192
10	Women's and girls' hosiery	42,233	38,777	39,196	38,929	37,740	37,822	37,376
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	56,562	53,744	52,802	54,450	56,129	57,868	59,418
12	Women's, misses' and children's footwear	104,248	108,220	110,418	106,425	107,544	108,164	107,246
13	Men's clothing	170,022	179,364	175,343	188,419	195,949	193,025	183,321
14	Men's furnishings	171,230	168,225	173,855	181,066	183,273	175,701	161,967
15	Boys' clothing and furnishings	46,768	46,896	47,786	46,066	47,810	50,683	49,567
16	Men's and boys' footwear	68,620	67,613	75,089	72,976	78,804	74,377	74,557
17	Food and kindred products(1)	41,847	35,361	37,872	38,427	35,161	31,444	33,120
18	Toiletries, cosmetics and drugs	234,101	237,087	235,811	234,228	242,028	247,552	251,117
19	Photographic equipment and supplies	56,353	50,418	52,073	49,673	50,384	51,651	51,051
20	Piece goods	21,035	19,459	20,072	19,370	20,974	21,015	18,281
21	Linens and domestics	137,967	131,311	135,121	136,453	136,313	140,496	138,361
22	Smallwares and notions	42,947	41,671	42,114	41,171	43,958	44,782	44,211
23	China and glassware	78,341	78,179	69,539	86,195	81,478	80,038	78,804
24	Floor coverings	51,721	50,635	50,067	49,839	48,962	48,578	50,865
25	Draperies, curtains and furniture coverings	69,592	65,138	65,492	65,554	66,451	67,230	70,221
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	62,811	60,024	58,836	60,995	61,851	63,679	64,143
27	Furniture	157,052	161,100	149,263	142,738	144,663	150,418	154,555
28	Major appliances	67,686	69,887	72,776	72,872	74,810	74,859	73,160
29	Television, radio and music	144,051	143,799	143,539	146,385	144,675	139,470	138,443
30	Housewares and small electrical appliances	166,519	166,956	168,777	166,119	167,449	169,447	166,042
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	133,304	136,677	140,635	142,669	149,175	159,007	156,333
32	Plumbing, heating and building materials	25,569	24,710	30,157	23,107	26,704	31,356	27,930
33	Jewellery	113,695	107,558	110,032	109,837	111,710	114,469	115,568
34	Toys and games	134,627	140,955	144,131	142,071	172,263	183,239	193,575
35	Sporting goods and luggage	140,751	136,655	141,737	138,447	139,970	142,131	140,845
36	Stationery, books and magazines	151,387	151,372	150,936	140,275	140,019	135,373	131,677
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	56,066	55,617	57,004	52,579	53,157	54,737	52,769
38	Meals and lunches(1)	985	539	654	646	597	423	569
39	Repairs and services	5,549	5,890	6,162	6,205	6,249	6,356	6,404
40	All other departments	72,147	64,799	62,522	64,482	77,535	70,685	62,412
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,014,739	2,971,223	3,363,710	3,380,778	3,475,312	3,488,803	3,439,213

(1) Due to the absence of seasonality, the seasonally adjusted data are equal to the unadjusted data.

TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1985			1984			Change October/September 1985	Rayon	N <sup>o</sup>
August	September <sup>F</sup>	October <sup>P</sup>	October	November	December	Variation octobre/septembre 1985		
Août	Septembre <sup>F</sup>	Octobre <sup>P</sup>	Octobre	Novembre	Décembre			
thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
52,910	53,780	59,594	55,305	51,519	51,690	+10.8	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
66,085	63,254	70,563	57,820	57,334	60,646	+11.6	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
150,561	154,419	165,187	170,026	164,708	158,595	+7.0	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
36,541	35,861	34,447	26,924	24,465	23,765	-3.9	Fourrures	4
84,597	79,789	93,366	78,067	83,123	84,064	+17.0	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
52,466	49,739	53,667	49,206	48,746	45,973	+7.9	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
49,506	53,387	60,312	52,728	56,677	52,756	+13.0	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
47,790	47,930	49,157	42,421	43,037	43,629	+2.6	Sous-vêtements	8
6,060	6,867	10,864	3,174	3,272	3,300	+58.2	Chapeaux	9
38,644	39,951	38,726	33,845	35,030	38,213	-3.1	Bas pour dames et fillettes	10
63,814	68,711	75,910	55,499	59,415	62,089	+10.5	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
107,605	111,268	115,550	103,100	105,768	101,735	+3.8	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
178,337	179,303	185,081	177,252	175,846	171,862	+3.2	Vêtements pour hommes	13
158,800	165,368	169,075	164,786	176,792	179,390	+2.2	Articles d'habillement pour hommes	14
46,964	50,894	55,157	43,428	43,446	43,266	+8.4	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
74,940	81,220	82,345	73,421	72,821	70,339	+1.4	Chaussures pour hommes et garçons	16
32,166	37,354	46,549	45,449	51,232	23,221	+24.6	Produits alimentaires et connexes(1)	17
256,792	260,717	295,616	220,511	227,475	218,036	+13.4	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
50,661	48,357	49,691	53,988	52,736	50,988	+2.8	Appareils et fournitures photographiques	19
17,283	18,749	19,808	25,550	25,786	23,485	+5.7	Tissus à la pièce	20
138,408	144,543	150,016	142,174	143,742	138,795	+3.8	Literie et linge de maison	21
46,554	44,483	47,496	43,407	42,959	43,526	+6.8	Menus articles	22
80,222	82,589	82,629	86,530	86,667	80,556	--	Porcelaine et verrerie	23
53,469	55,916	57,369	54,694	53,537	50,665	+3.0	Revêtements de plancher	24
69,000	68,512	69,279	72,640	75,034	70,318	+1.1	Tentures, rideaux et housses	25
63,865	65,594	65,731	63,752	66,364	60,650	+0.2	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
162,252	154,056	154,797	174,170	158,399	157,244	+0.5	Meubles	27
70,844	69,879	71,673	79,508	72,780	66,992	+2.6	Gros appareils ménagers	28
142,261	134,827	139,544	156,062	156,073	148,043	+3.5	Téléviseurs, radios et musique	29
166,240	168,602	175,274	172,777	171,629	162,725	+4.0	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
157,855	163,393	172,786	138,168	137,637	133,263	+5.7	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
27,538	26,054	27,457	29,148	27,405	26,876	+5.4	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
122,425	127,046	140,036	125,262	121,914	118,413	+10.2	Bijouterie	33
190,910	165,059	169,815	96,097	132,107	150,202	+2.9	Jouets et jeux	34
148,945	136,063	139,015	134,860	136,746	138,495	+2.2	Articles de sport et valises	35
136,286	142,017	141,349	135,802	156,139	155,668	-0.5	Papeterie, livres et revues	36
52,472	51,711	56,876	45,518	50,299	54,114	+10.0	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
277	440	268	605	399	166	-39.1	Réparations et casse-croûtes(1)	38
5,905	3,752	2,588	5,427	5,607	5,604	-31.0	Services et travaux de réparation	39
71,232	67,441	63,675	74,441	71,360	66,685	-5.6	Tous autres rayons	40
3,479,467	3,478,881	3,658,524	3,872,326	3,955,109	3,132,328	+5.2	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Puisqu'il y a absence de saisonnalité, les données désaisonnalisées sont par conséquent égales aux données non désaisonnalisées.

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985

Department		1985						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.								
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4.42	4.38	3.60	3.23	2.15	2.27	3.02
2	Women's and misses' coats and suits	3.68	5.41	3.23	3.60	4.92	5.48	10.13
3	Women's and misses' sportswear	3.87	3.97	3.09	3.07	2.32	2.47	2.78
4	Furs	4.63	5.55	8.75	22.23	74.94	53.93	29.10
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.90	3.72	3.34	3.68	3.58	3.55	4.27
6	Girls' and teenage girls' wear	4.24	5.25	3.15	3.06	3.20	3.41	4.70
7	Lingerie and women's sleepwear	3.73	3.51	3.08	3.47	2.64	2.68	2.51
8	Intimate apparel	5.12	5.23	3.86	3.92	3.54	3.75	3.71
9	Millinery	2.00	3.20	2.16	2.42	2.22	2.27	1.90
10	Women's and girls' hosiery	4.43	4.59	3.61	3.69	3.24	3.65	4.88
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.90	5.28	3.90	4.00	3.15	3.52	4.82
12	Women's, misses' and children's footwear	5.71	6.98	4.87	4.31	3.87	4.30	4.91
13	Men's clothing	5.32	6.79	4.78	5.23	4.94	3.84	5.65
14	Men's furnishings	5.44	5.51	4.25	4.81	4.06	2.72	3.48
15	Boys' clothing and furnishings	5.53	6.19	3.82	3.38	3.23	3.73	5.72
16	Men's and boys' footwear	5.57	6.26	4.76	4.61	4.89	3.81	4.84
17	Food and kindred products	0.81	0.57	0.67	0.61	0.55	0.57	0.66
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.78	4.75	4.47	4.73	4.33	4.45	4.95
19	Photographic equipment and supplies	6.38	6.23	5.38	5.36	4.82	3.86	4.17
20	Piece goods	6.39	5.39	5.20	5.65	5.13	6.34	5.68
21	Linens and domestics	4.09	7.07	5.45	5.92	5.07	4.92	4.32
22	Smallwares and notions	4.12	4.86	4.34	5.74	6.39	6.88	6.55
23	China and glassware	9.44	9.47	6.51	8.83	6.29	7.30	7.41
24	Floor coverings	5.73	5.22	4.25	4.10	3.91	3.96	3.70
25	Draperies, curtains and furniture coverings	7.08	6.21	4.91	4.76	4.17	4.23	4.33
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	10.12	11.11	8.94	8.49	9.91	9.77	8.71
27	Furniture	3.40	4.43	3.31	3.22	3.06	3.03	2.87
28	Major appliances	1.69	2.25	1.79	1.81	1.62	1.54	1.31
29	Television, radio and music	4.07	4.40	3.73	4.38	5.02	4.30	3.94
30	Housewares and small electrical appliances	6.46	5.83	6.05	6.16	5.17	5.43	5.14
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.58	7.28	6.31	4.33	3.35	4.31	4.50
32	Plumbing, heating and building materials	3.52	3.78	4.29	2.54	2.21	2.88	2.29
33	Jewellery	10.08	7.86	5.89	5.85	4.67	5.34	6.18
34	Toys and games	8.98	8.41	6.44	6.91	8.43	8.09	9.07
35	Sporting goods and luggage	6.02	6.86	6.60	6.04	4.85	4.42	4.57
36	Stationery, books and magazines	6.12	5.86	5.29	5.74	5.52	5.23	6.25
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	4.53	5.00	4.66	3.81	3.51	3.48	3.49
38	Meals and lunches	0.05	0.03	0.03	0.03	0.03	0.02	0.03
39	Repairs and services	0.50	0.61	0.53	0.58	0.50	0.54	0.59
40	All other departments	2.36	2.33	2.12	2.15	1.91	1.84	1.69
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.20	4.47	3.77	3.85	3.45	3.44	3.73



TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1985			1984			Rayon	N°
August	September	October	October	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre		
2.83	3.02	3.83	3.99	3.37	2.00	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
5.07	4.19	3.88	3.32	2.50	2.19	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
2.51	2.22	2.85	3.48	3.00	1.72	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
15.28	10.69	7.46	6.50	3.24	3.24	Fourrures	4
3.09	3.10	3.87	3.42	2.99	2.19	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
1.83	3.02	3.74	3.72	2.42	1.46	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
2.93	3.04	4.11	3.59	2.75	0.92	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.81	3.20	4.71	4.50	4.27	3.01	Sous-vêtements	8
3.84	3.47	5.16	1.57	1.42	1.30	Chapeaux	9
4.54	3.26	3.50	3.21	3.07	2.22	Bas pour dames et fillettes	10
4.64	3.93	4.89	3.99	2.88	1.34	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
4.10	3.57	4.02	3.74	3.11	2.86	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
5.60	4.39	5.24	5.23	3.45	2.02	Vêtements pour hommes	13
3.62	3.53	4.60	5.00	3.09	1.23	Articles d'habillement pour hommes	14
1.69	3.83	4.97	4.19	2.77	1.44	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
4.54	4.38	5.54	5.15	3.51	2.44	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.52	0.71	0.79	0.77	0.65	0.27	Produits alimentaires et connexes	17
4.52	4.65	6.10	5.02	4.17	1.61	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
3.58	4.29	5.52	5.88	3.77	1.48	Appareils et fournitures photographiques	19
4.91	4.54	5.53	6.46	5.76	6.88	Tissus à la pièce	20
3.78	3.83	4.58	4.96	4.56	3.18	Literie et linge de maison	21
6.49	3.93	5.45	4.65	3.87	3.61	Menus articles	22
7.94	6.28	8.29	7.81	4.82	2.50	Porcelaine et verrerie	23
4.03	3.53	3.41	3.84	3.09	4.58	Revêtements de plancher	24
4.48	4.26	4.31	4.79	4.32	4.30	Tentures, rideaux et housses	25
8.25	8.10	8.70	9.10	5.80	2.59	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3.33	2.84	2.83	3.81	3.16	4.16	Meubles	27
1.31	1.21	1.34	1.66	1.55	1.36	Gros appareils ménagers	28
2.94	2.46	3.46	3.78	3.14	1.68	Téléviseurs, radios et musique	29
4.56	4.88	5.14	5.01	4.23	1.82	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
5.30	5.79	5.86	5.54	4.69	3.69	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
2.83	2.69	2.65	2.83	2.71	2.97	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
6.11	5.26	7.86	7.85	5.01	1.62	Bijouterie	33
9.37	9.98	8.45	4.77	2.92	1.14	Jouets et jeux	34
5.53	5.97	8.06	8.65	5.48	2.64	Articles de sport et valises	35
3.89	4.33	6.76	6.21	4.34	1.78	Papeterie, livres et revues	36
3.80	3.56	3.18	2.50	2.48	2.88	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
0.01	0.02	0.01	0.03	0.02	0.01	Repas et casse-croûtes	38
0.55	0.34	0.19	0.46	0.38	0.41	Services et travaux de réparation	39
1.95	2.36	2.50	2.92	2.49	1.00	Tous autres rayons	40
3.42	3.40	4.03	3.97	3.10	1.80	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.21	0.24	0.31	0.32	0.44	0.39	0.36
2	Women's and misses' coats and suits	0.27	0.21	0.32	0.26	0.19	0.16	0.12
3	Women's and misses' sportswear	0.25	0.27	0.34	0.33	0.42	0.38	0.36
4	Furs	0.21	0.16	0.10	0.06	0.01	0.02	0.04
5	Infants' and children's wear and nursery	0.24	0.26	0.32	0.29	0.27	0.27	0.25
6	Girls' and teenage girls' wear	0.24	0.22	0.34	0.31	0.32	0.26	0.25
7	Lingerie and women's sleepwear	0.27	0.28	0.34	0.31	0.37	0.34	0.40
8	Intimate apparel	0.20	0.18	0.27	0.26	0.28	0.27	0.26
9	Millinery	0.37	0.33	0.40	0.48	0.41	0.41	0.49
10	Women's and girls' hosiery	0.23	0.21	0.29	0.28	0.29	0.26	0.21
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.19	0.19	0.27	0.26	0.30	0.27	0.22
12	Women's, misses' and children's footwear	0.17	0.15	0.23	0.23	0.25	0.22	0.21
13	Men's clothing	0.16	0.16	0.22	0.20	0.20	0.24	0.18
14	Men's furnishings	0.18	0.18	0.25	0.22	0.25	0.32	0.28
15	Boys' clothing and furnishings	0.20	0.17	0.27	0.29	0.30	0.27	0.20
16	Men's and boys' footwear	0.17	0.16	0.24	0.22	0.22	0.23	0.21
17	Food and kindred products	1.60	1.60	1.53	1.66	1.74	1.65	1.55
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.19	0.19	0.23	0.22	0.23	0.22	0.21
19	Photographic equipment and supplies	0.18	0.14	0.20	0.19	0.21	0.26	0.24
20	Piece goods	0.13	0.18	0.22	0.16	0.20	0.16	0.16
21	Linens and domestics	0.23	0.14	0.19	0.18	0.20	0.20	0.23
22	Smallwares and notions	0.22	0.20	0.24	0.19	0.16	0.15	0.15
23	China and glassware	0.09	0.11	0.14	0.13	0.16	0.13	0.14
24	Floor coverings	0.17	0.19	0.24	0.25	0.26	0.25	0.28
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.14	0.15	0.21	0.21	0.24	0.23	0.24
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.10	0.09	0.12	0.12	0.10	0.10	0.12
27	Furniture	0.26	0.23	0.31	0.32	0.32	0.33	0.35
28	Major appliances	0.56	0.46	0.57	0.56	0.61	0.64	0.76
29	Television, radio and music	0.23	0.22	0.28	0.24	0.19	0.23	0.25
30	Housewares and small electrical appliances	0.16	0.16	0.17	0.17	0.19	0.19	0.19
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.17	0.14	0.17	0.24	0.31	0.24	0.21
32	Plumbing, heating and building materials	0.24	0.25	0.28	0.34	0.46	0.37	0.42
33	Jewellery	0.10	0.12	0.18	0.18	0.21	0.18	0.16
34	Toys and games	0.12	0.12	0.16	0.16	0.12	0.13	0.12
35	Sporting goods and luggage	0.16	0.14	0.17	0.18	0.21	0.22	0.21
36	Stationery, books and magazines	0.17	0.16	0.19	0.18	0.18	0.18	0.16
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.20	0.19	0.22	0.26	0.28	0.28	0.28
38	Meals and lunches	33.66	23.12	36.66	31.98	34.28	40.95	48.36
39	Repairs and services	1.97	1.65	1.99	1.76	1.95	1.90	1.71
40	All other departments	0.43	0.40	0.52	0.50	0.57	0.48	0.54
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.23	0.22	0.27	0.26	0.28	0.27	0.26

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1985			1984			Rayon	N <sup>o</sup>
August	September	October	October	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre		
0.35	0.33	0.30	0.27	0.28	0.44	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
0.21	0.25	0.28	0.31	0.36	0.38	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.41	0.45	0.39	0.30	0.33	0.48	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
0.07	0.10	0.14	0.18	0.28	0.28	Fourrures	4
0.31	0.31	0.30	0.30	0.33	0.44	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.50	0.32	0.29	0.28	0.40	0.55	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.35	0.34	0.29	0.32	0.40	0.77	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.27	0.29	0.24	0.25	0.25	0.32	Sous-vêtements	8
0.38	0.32	0.26	0.64	0.83	0.71	Chapeaux	9
0.24	0.30	0.29	0.33	0.34	0.43	Bas pour dames et fillettes	10
0.23	0.27	0.24	0.28	0.37	0.60	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.25	0.28	0.26	0.28	0.31	0.32	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.20	0.22	0.21	0.21	0.29	0.43	Vêtements pour hommes	13
0.28	0.29	0.25	0.23	0.33	0.64	Articles d'habillement pour hommes	14
0.47	0.28	0.24	0.27	0.34	0.59	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.22	0.24	0.20	0.21	0.28	0.37	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.90	1.50	1.41	1.47	1.64	2.34	Produits alimentaires et connexes	17
0.22	0.21	0.20	0.22	0.25	0.52	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
0.28	0.22	0.21	0.19	0.25	0.58	Appareils et fournitures photographiques	19
0.21	0.22	0.21	0.17	0.17	0.14	Tissus à la pièce	20
0.26	0.26	0.23	0.21	0.23	0.31	Literie et linge de maison	21
0.16	0.23	0.20	0.23	0.25	0.29	Menus articles	22
0.13	0.16	0.13	0.13	0.21	0.39	Porcelaine et verrerie	23
0.25	0.27	0.31	0.26	0.31	0.23	Revêtements de plancher	24
0.22	0.23	0.24	0.21	0.23	0.23	Tentures, rideaux et housses	25
0.12	0.12	0.13	0.12	0.17	0.32	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.30	0.34	0.38	0.28	0.29	0.26	Meubles	27
0.73	0.80	0.82	0.67	0.65	0.71	Gros appareils ménagers	28
0.35	0.38	0.33	0.29	0.33	0.54	Téléviseurs, radios et musique	29
0.22	0.20	0.21	0.20	0.25	0.46	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
0.19	0.17	0.19	0.19	0.21	0.26	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.35	0.36	0.41	0.36	0.37	0.36	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
0.17	0.19	0.15	0.14	0.21	0.52	Bijouterie	33
0.11	0.10	0.14	0.23	0.37	0.64	Jouets et jeux	34
0.18	0.16	0.14	0.13	0.18	0.34	Articles de sport et valises	35
0.25	0.24	0.16	0.16	0.25	0.46	Papeterie, livres et revues	36
0.27	0.27	0.36	0.41	0.41	0.38	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
52.59	57.36	64.23	41.30	52.12	115.53	Repas et casse-croûtes	38
1.78	2.22	4.23	2.25	2.74	2.36	Services et travaux de réparation	39
0.56	0.41	0.44	0.41	0.40	0.77	Tous autres rayons	40
0.29	0.28	0.27	0.27	0.32	0.48	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1983-1985

TABLEAU 28. Comptes à recevoir(1), non désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985

Month	1983	1984	1985	Change from previous month	Change 1985/1984
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1985/1984
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,666,708	1,808,015	1,989,953	-7.6	+10.1
February - Février	1,598,345	1,714,843	1,898,511	-4.6	+10.7
March - Mars	1,565,461	1,695,173	1,884,093	-0.8	+11.1
April - Avril	1,582,875	1,709,386	1,897,041	+0.7	+11.0
May - Mai	1,591,140	1,708,247	1,897,723	--	+11.1
June - Juin	1,585,200	1,719,376	1,887,639	-0.5	+9.8
July - Juillet	1,553,254	1,695,008	1,874,327	-0.7	+10.6
August - Août	1,542,394	1,689,630	1,888,254	+0.7	+11.8
September - Septembre	1,591,826	1,746,901	1,952,986	+3.4	+11.8
October - Octobre	1,631,976	1,799,732	2,010,107	+2.9	+11.7
November - Novembre	1,702,704	1,892,038			
December - Décembre	1,887,032	2,152,727			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

TABLEAU 29. Comptes à recevoir(1), désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985

Month	1983	1984	1985	Change from previous month	Change 1985/1984
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1985/1984
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,582.0	1,716.0	1,888.0	-0.6	+10.0
February - Février	1,601.0	1,658.0	1,902.0	+0.7	+14.7
March - Mars	1,591.0	1,721.0	1,911.0	+0.5	+11.0
April - Avril	1,607.0	1,733.0	1,921.0	+0.5	+10.8
May - Mai	1,623.0	1,741.0	1,932.0	+0.6	+11.0
June - Juin	1,631.0	1,766.0	1,941.0	+0.5	+9.9
July - Juillet	1,632.0	1,779.0	1,969.0	+1.4	+10.7
August - Août	1,631.0	1,789.0	1,999.0	+1.5	+11.7
September - Septembre	1,638.0	1,801.0	2,016.0 <sup>r</sup>	+0.9 <sup>r</sup>	+11.9
October - Octobre	1,653.0	1,825.0	2,036.0 <sup>p</sup>	+1.0 <sup>p</sup>	+11.6 <sup>p</sup>
November - Novembre	1,661.0	1,848.0			
December - Décembre	1,665.0	1,900.0			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 30. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1983-1985

TABLEAU 30. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1983-1985

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		\$'000	%	\$'000	%
<b>1983:</b>					
January - Janvier	206.6	623,021	+3.8	301,559	-0.2
February - Février	213.2	603,808	+4.5	283,212	+0.3
March - Mars	211.9	787,544	+13.5	371,658	+9.3
April - Avril	215.4	775,226	-1.7	359,901	-5.8
May - Mai	215.8	842,133	+3.5	390,238	--
June - Juin	214.9	920,150	+16.3	428,176	+12.3
July - Juillet	212.9	813,746	+6.5	382,220	+2.9
August - Août	213.8	850,885	+9.7	397,982	+6.3
September - Septembre	211.1	922,067	+7.1	436,792	+4.1
October - Octobre	214.3	922,014	+7.3	430,245	+4.2
November - Novembre	215.1	1,138,763	+6.1	529,411	+3.0
December - Décembre	213.6	1,731,121	+7.6	810,450	+5.0
Year - Année	213.4	10,930,478	+7.1	5,121,844	+3.6
<b>1984:</b>					
January - Janvier	214.3	649,626	+4.3	303,139	+0.5
February - Février	218.7	659,594	+9.2	301,598	+6.5
March - Mars	217.1	806,999	+2.5	371,718	--
April - Avril	220.4	843,022	+8.7	382,496	+6.3
May - Mai	222.0	930,389	+10.5	419,094	+7.4
June - Juin	220.1	941,728	+2.3	427,864	-0.1
July - Juillet	218.4	806,592	-0.9	369,319	-3.4
August - Août	218.9	872,423	+2.5	398,549	+0.1
September - Septembre	215.2	947,365	+2.7	440,225	+0.8
October - Octobre	220.0	957,060	+3.8	435,027	+1.1
November - Novembre	220.5	1,254,292	+10.1	568,840	+7.4
December - Décembre	218.0	1,715,800	-0.9	787,064	-2.9
Year - Année	218.7	11,384,890	+4.2	5,204,933	+1.6
<b>1985:</b>					
January - Janvier	219.9	692,108	+6.5	314,738	+3.8
February - Février	220.5	647,065	-1.9	293,454	-2.7
March - Mars	222.6	849,077	+5.2	381,436	+2.6
April - Avril	224.6	901,404	+6.9	401,337	+4.9
May - Mai	227.7	990,625	+6.5	435,057	+3.8
June - Juin	225.8	928,157	-1.4	411,053	-3.9
July - Juillet	224.1	875,654	+8.6	390,743	+5.8
August - Août	222.2	979,945	+12.3	441,019	+10.7
September - Septembre	221.3	964,843	+1.8	435,989	-1.0
October - Octobre	224.0	1,032,253	+7.9	460,827	+5.9
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					



TABLE 31. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1985

Department		Sales - Combined seasonal and trading day factors			
		Ventes - Coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux			
		MCD in October	September <sup>T</sup>	October <sup>P</sup>	November(1)
No.		MDC en octobre	Septembre <sup>T</sup>	Octobre <sup>P</sup>	Novembre(1)
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	94.76	98.00	109.78
2	Women's and misses' coats and suits	8	118.78	165.65	164.98
3	Women's and misses' sportswear	4	116.29	105.36	115.75
4	Furs	12	91.91	161.79	239.64
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	102.48	111.86	118.21
6	Girls' and teenage girls' wear	5	103.09	94.24	125.07
7	Lingerie and women's sleepwear	4	87.77	96.10	145.82
8	Intimate apparel	4	104.64	93.17	105.83
9	Millinery	9	92.85	134.30	212.92
10	Women's and girls' hosiery	4	113.79	112.37	121.24
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	99.54	111.18	160.28
12	Women's, misses' and children's footwear	6	119.97	120.61	137.27
13	Men's clothing	4	102.83	104.23	152.25
14	Men's furnishings	5	90.28	90.56	147.79
15	Boys' clothing and furnishings	6	92.35	96.73	126.68
16	Men's and boys' footwear	6	104.35	101.16	138.48
17	Food and kindred products	4	85.21	96.56	124.71
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	83.84	96.41	120.48
19	Photographic equipment and supplies	4	87.29	89.28	121.53
20	Piece goods	6	108.66	120.39	126.36
21	Linens and domestics	3	107.35	102.63	108.75
22	Smallwares and notions	4	118.84	112.99	123.92
23	China and glassware	5	88.08	88.97	146.91
24	Floor coverings	5	101.39	123.74	122.93
25	Draperies, curtains and furniture coverings	4	99.87	108.89	119.06
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	93.28	102.16	148.16
27	Furniture	5	98.16	109.77	104.35
28	Major appliances	5	102.94	112.07	112.84
29	Television, radio and music	5	112.63	105.04	133.62
30	Housewares and small electrical appliances	3	88.37	99.93	128.90
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	81.36	102.00	108.00
32	Plumbing, heating and building materials	6	91.98	112.17	107.32
33	Jewellery	3	91.19	84.06	135.13
34	Toys and games	5	63.15	102.81	223.34
35	Sporting goods and luggage	3	79.14	75.99	104.48
36	Stationery, books and magazines	4	103.20	80.70	135.46
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	82.80	125.64	129.41
38	Meals and lunches	3	92.53	101.00	117.21
39	Repairs and services	6	90.57	108.95	136.84
40	All other departments	5	81.01	90.64	106.22
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	96.02	102.50	129.50

(1) Seasonal and trading day factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the Appendix IV.

(2) Seasonal factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the Appendix IV.

TABLEAU 31. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1985

Stocks - Seasonal factors

Stocks - Coefficients de corrections des variations saisonnières

				Rayon	Nº
MCD in October	September <sup>r</sup>	October <sup>P</sup>	November(2)		
MDC en octobre	Septembre <sup>r</sup>	Octobre <sup>P</sup>	Novembre(2)		
3	94.16	117.23	110.92	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
4	143.61	153.65	122.31	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
3	99.65	116.48	118.15	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
5	117.50	129.80	121.17	Fourrures	4
5	100.56	119.55	104.65	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4	103.81	116.62	112.06	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
4	94.61	127.13	146.07	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3	84.78	106.41	115.01	Sous-vêtements	8
5	106.43	132.60	184.04	Chapeaux	9
4	99.06	108.63	113.38	Bas pour dames et fillettes	10
3	99.64	131.62	142.85	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
3	98.91	108.61	101.59	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
4	104.87	123.48	122.52	Vêtements pour hommes	13
3	101.70	129.26	127.39	Articles d'habillement pour hommes	14
4	97.17	128.79	110.59	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
4	98.47	117.68	109.01	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	...	...	...	Produits alimentaires et connexes	17
4	88.26	119.67	124.52	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
4	91.52	122.14	111.60	Appareils et fournitures photographiques	19
4	94.21	118.03	107.64	Tissus à la pièce	20
3	88.82	99.48	107.68	Literie et linge de maison	21
4	91.98	104.99	97.01	Menus articles	22
3	94.88	106.53	113.38	Porcelaine et verrerie	23
3	90.12	100.78	93.69	Revêtements de plancher	24
3	94.18	103.85	102.14	Tentures, rideaux et housses	25
4	99.83	119.97	114.52	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3	92.52	105.99	95.81	Meubles	27
4	86.56	103.02	111.12	Gros appareils ménagers	28
3	89.82	111.70	116.25	Téléviseurs, radios et musique	29
3	96.10	107.53	116.96	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
3	93.14	107.61	100.79	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
5	93.46	103.45	105.83	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
3	92.96	116.80	123.45	Bijouterie	33
4	117.83	153.14	138.66	Jouets et jeux	34
4	93.79	120.83	112.43	Articles de sport et valises	35
3	101.54	113.77	121.93	Papeterie, livres et revues	36
5	92.45	110.98	102.15	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...	...	...	...	Repas et casse-croûtes	38
...	...	...	...	Services et travaux de réparation	39
6	95.90	122.32	129.19	Tous autres rayons	40
...	...	...	...	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Prévision des coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV.

(2) Prévision des coefficients de corrections des variations saisonnières. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV.



## APPENDICES





## APPENDIX I

### DEFINITIONS

#### Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

#### Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics and sells the following general lines of merchandise:

**Family clothing and apparel.** This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least six of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

**Furniture, appliance and home furnishings.** This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least four of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

## APPENDICE I

### DÉFINITIONS

#### Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et des services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

#### Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes et vend les catégories de marchandises suivantes:

**Vêtements pour la famille.** Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins six des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent se faire dans le groupe de vêtements pour la famille.

**Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.** Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine et verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; gros appareils, téléviseurs, radios et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins quatre des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

**All other (miscellaneous).** This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, **such as:** toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

### Total Net Sales and Receipts

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

### Stocks

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

### Accounts Receivable

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

### Junior Department Store

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

**Tous autres articles (divers).** Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, **telles que:** articles de toilette, cosmétiques et médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

### Ventes et recettes nettes totales

Les ventes et recettes nettes totales sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

### Stocks

Les stocks englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

### Comptes à recevoir

Par comptes à recevoir on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dûs en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

### Grand magasin populaire

Les grands magasins populaires sont définis comme étant des points de vente au détail qui offrent la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

## APPENDIX II

### METHODOLOGY

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The **monthly stock values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The **monthly accounts receivable values**, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

## APPENDICE II

### MÉTHODOLOGIE

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le **chiffre des stocks mensuels par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le **chiffre des comptes à recevoir mensuel** pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtes retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.





## APPENDIX III

### DATA RELIABILITY

#### Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

**Coverage error.** This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

**Data response error.** This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

**Non-response error.** Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

**Processing error.** These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

## APPENDICE III

### FIABILITÉ DES DONNÉES

#### Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

**Le champ couvert par l'enquête.** L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

**La réponse.** Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un interviewer à l'autre dans le mode de communication retenu, lorsqu'il s'agit d'expliquer des questions et d'interpréter des réponses.

**La non-réponse.** Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables et encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

**Le traitement.** L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.



Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

### Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the response rate is based on (1) **the survey unit** - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) **the organizational unit** - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example,

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. En ce qui concerne les estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreurs. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

### Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) **les unités d'enquête** - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) **les unités organisationnelles** - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'enquête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins.

a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte des deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1985

October

TABEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1985

Octobre

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	55.6	85.3
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	38.9	60.2
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	100.0	100.0



## APPENDIX IV

### SEASONAL ADJUSTMENT

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time."<sup>(1)</sup> In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal (variations) and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method<sup>(2)</sup> to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these

(1) "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," *Canadian Statistical Review*, August 1974.

(2) For further information see the *X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method*, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

## APPENDICE IV

### DÉSAISONNALISATION

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps<sup>(1)</sup>". L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI<sup>(2)</sup> afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et retrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la *Revue statistique du Canada*, août 1974.

(2) Pour plus ample information voir *La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI*, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, N° 12-564F au catalogue, hors série.



operations have been repeated several times.(3) These procedures, used to determine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are, since May 1983, executed every month instead of once a year. This permits us to update each month the reference series from which we derive the final estimations of the seasonal factors with the previous month's revised data.

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.(3) The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Commencing with March 1984, the Canada seasonally adjusted total is now derived "indirectly" by the summation of the 40 individually seasonally adjusted departments. Previously, this total was derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly".(4) Also in March 1984, the **end-point seasonal adjustment** method was adopted. For the period May 1983 to February 1984, a modified version of the "end-point seasonal adjustment" method, employing a

lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises(3). Ces étapes déterminant les facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales, sont depuis mai 1983, exécutées à chaque mois au lieu d'une seule fois par an. Il nous est donc possible de mettre à jour mensuellement les séries de référence desquelles on dérive les estimations finales des facteurs saisonniers, en employant les données les plus récentes disponibles.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois à dominance cyclique, ou MDC(3). Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, il s'agit de la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Depuis mars 1984, le total désaisonnalisé au niveau du Canada est dérivé de "façon indirecte" en faisant la somme des 40 rayons désaisonnalisés séparément au préalable. Auparavant, ce total était obtenu en désaisonnant de "façon directe" les données brutes du total, au niveau du Canada(4). De plus, la **désaisonnalisation interpolative** a été adoptée en mars 1984. Pour la période s'échelonnant de mai 1983 à février 1984, on a utilisé une version modifiée de la désaisonnalisation interpolative, employant une prévision

(3) See Table 31.

(4) Refer to: Lothian, J. and Morry, M. (1977): The Problem of Aggregation; Direct or Indirect, Ottawa: Seasonal Adjustment and Time Series Analysis Division, Statistics Canada.

(3) Voir tableau 31.

(4) Consulter: Lothian, J. et Morry, M. (1977): Aggrégation directe ou indirecte, Ottawa, Division des séries chronologiques, de la recherche et de l'analyse, Statistique Canada.



projected factor for the current month only, was utilized. Prior to May 1983, seasonally adjusted data were derived on a monthly basis by employing projected seasonal factors (forecasted one year in advance) calculated once a year.

## REVISION PROCEDURES

Due to the fact that statistical surveys are subject to different type of errors (as described previously in this section) and that to obtain a 100% response rate each month under a data collection program by mail would prove to be very difficult (almost impossible sometimes) and costly, results must be revised on an ongoing basis as new information is received, enabling us to update our statistical series accordingly.

Revisions of two different types are made in regard to the Department Store Sales and Stocks Survey: **the first relates to the way data are gathered while the second results from the seasonal adjustment procedures.** In the first type of revision, corrections apply only to the previous year data. They are conducted after the end of the year and, consequently, the revised figures are published in the March issue of the following year of the present bulletin. The second type of revisions are both monthly and annual. In the case of the monthly revisions, the corrected figures for the current month (June for example), are published in the following month issue of the present catalogue (July), while the annual revisions are published once a year in the March issue.

Generally, revised data are indicated with an "r" beside the name of the month to which they apply, in order to inform the user of these changes.

du facteur de désaisonnalisation pour le mois courant seulement. Avant mai 1983, les données désaisonnalisées étaient dérivées sur une base mensuelle, à l'aide de prévisions (une année à l'avance) des facteurs saisonniers calculés une fois par année.

## PROCÉDURES DE RÉVISION

Puisque les enquêtes statistiques sont sujettes à différents types d'erreurs (telles qu'explicitées précédemment dans cette section) et qu'il serait très coûteux et difficile (pratiquement impossible parfois) d'atteindre, à partir d'un programme de collecte de données par la poste, un taux de réponse de 100%, il faut donc réviser les résultats sur une base régulière afin de mettre à jour les séries statistiques en décaoulant, à mesure que de nouvelles informations nous sont transmises.

On compte donc des révisions de deux types en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins: **les premières sont liées à la façon dont les données sont produites tandis que les secondes résultent de la procédure de désaisonnalisation.** Les révisions du premier type ne se rapportent qu'aux seules données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les révisions du deuxième type sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas de celles mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (soit juin par exemple) sont ajoutées à la publication du mois suivant (juillet) tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une fois l'an, dans le bulletin de mars.

En général, on avise l'utilisateur de ces changements, en inscrivant un "r" à côté du nom du mois auquel on applique des révisions.

## NUMBER OF SHOPPING DAYS

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

## NOMBRE DE JOURS COMMERCIAUX

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif II donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

TEXT TABLE II. Number of Shopping Days, by Month, 1984 and 1985

TABLEAU EXPLICATIF II. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1984 et 1985

	1985		1984	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	26	4	26	4
February - Février	24	4	25	4
March - Mars	26	5	27	5
April - Avril	25	4	24	4
May - Mai	26	4	26	4
June - Juin	25	5	26	5
July - Juillet	26	4	26	4
August - Août	26	5	26	4
September - Septembre	24	4	24	5
October - Octobre	26	4	26	4
November - Novembre	26	5	26	4
December - Décembre	25	4	25	5

## APPENDIX V

### CONSTANT DOLLAR ESTIMATES

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Table 30), estimates of sales by department group are deflated using department group implicit price indices supplied by the Industry Product Division of Statistics Canada. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

### DATA CONFIDENTIALITY

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business.(5) The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld on this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information from **selected regions** (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential, form. For example, in many cases the data for the Northwest Territories and the Yukon are included with the British Columbia data.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

## APPENDICE V

### ESTIMATIONS EN DOLLARS CONSTANTS

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau 30), les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées au moyen des indices implicites de prix appropriés fournis par la Division du produit industriel de Statistique Canada. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

### CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de cette dernière(5). Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un X aux différents postes visés dans la publication.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) **pour certaines régions** (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple dans bien des cas, les données relatives aux Territoires du Nord-Ouest et du Yukon sont incluses avec celles de la Colombie-Britannique.

Ainsi, par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement en fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

(5) See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

(5) Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.

## EXPLANATORY NOTES

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e. those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios(6) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios(7) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

(6) See Table 26.

(7) See Table 27.

## NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes(6) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks(7) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

(6) Voir tableau 26.

(7) Voir tableau 27.



## APPENDIX VI - APPENDICE VI

### LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

#### MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland  
Baine Johnstone & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 4100, St. John's, Newfoundland  
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario (Closed July 1984 - Fermée juillet 1984)  
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario  
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario(1)  
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island  
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon(2)  
Hougens Watson Lake 84, Box 97, Watson Lake, Yukon(2)  
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec  
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario(2)  
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan  
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec  
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario (Closed February 1983 - Fermée février 1983)  
Robinson Ogilvy Inc., 18 James St., Hamilton, Ontario  
Simpsons Ltd., 176 Yonge St., Toronto, Ontario  
Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario  
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario  
Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

#### JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario  
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario (Closed January 1984 - Fermée janvier 1984)  
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec  
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario  
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario(2)  
Zeller's Ltd., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

- (1) Goudies Ltd. has been reclassified to the "Family Clothing" trade group as of January 1, 1985.  
(1) Goudies Ltd. est reclassifié au groupe des magasins de "Vêtements pour famille" depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1985.  
(2) All department stores in the Yukon and Northwest Territories have been reclassified to the "General Merchandise" trade group as of January 1, 1985.  
(2) Tous les grands magasins du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest sont reclassifiés à d'autres genres de commerce du groupe des magasins de "Marchandises diverses" depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1985.



## SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Industry Division in the Retail Trade sector.

### Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M., Bil. 55 pages. First Issue, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Department Store Sales by Region. Advance Release. M., Bil. 1 page. First Issue, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Retail Trade. M., Bil. Approx. 85 pages. First Issue, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M., Bil. Approx. 25 pages. First Issue, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Merchandising Inventories. M., Bil. 30 pages. First Issue, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Retail Chain and Department stores. A., Bil. Approx. 100 pages. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).
- 63-213 Vending Machine Operators. A., Bil. 45 pages. First Issue, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 Direct Selling Canada. A., Bil. 25 pages. First Issue, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Campus Book Stores. A., Bil. Approx. 35 pages. First Issue, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Market Research Handbook. A., Bil. 700 pages. First Issue, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)

## CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division de l'industrie.

### Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M., Bil. 55 pages. Premier numéro, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M., Bil. 1 page. Premier numéro, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Commerce de détail. M., Bil. Environ 85 pages. Premier numéro, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M., Bil. Environ 25 pages. Premier numéro, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Stocks commerciaux. M., Bil. 30 pages. Premier numéro, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A., Bil. Environ 100 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).
- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A., Bil. 45 pages. Premier numéro, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 La vente directe au Canada. A., Bil. 25 pages. Premier numéro, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Librairies de campus. A., Bil. Environ 35 pages. Premier numéro, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A., Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)

Operating Results - Retail Trade. O., Bil.  
60 pages. First Issue, 1974.

### Catalogue

63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1981

63-606 Retail Shoe Stores, 1977

63-607 Retail Drug Stores, 1981

63-608 Retail Florists, 1981

63-609 Retail Jewellery Stores, 1981

63-610 Retail Hardware Stores, 1980

63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980

63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A. - Annual Bil. - Bilingual  
O. - Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada \$5.00, Other Countries \$6.00.

Résultats d'exploitation - Commerce de détail.  
H.S., Bil. 60 pages. Premier numéro, 1974.

### Catalogue

63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1981

63-606 Magasins de vente au détail de chaussures,  
1977

63-607 Pharmacies au détail, 1981

63-608 Fleuristes détaillants, 1981

63-609 Bijouteries au détail, 1981

63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980

63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980

63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. - Mensuel A. - Annuel Bil. - Bilingue  
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Nº 11-204F, prix Canada \$5.00, Autres pays \$6.00.

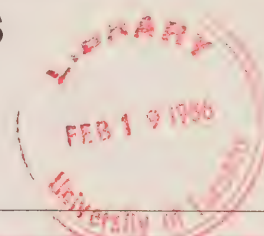


# Department store sales and stocks

November 1985

# Ventes et stocks des grands magasins

Novembre 1985



## Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

## How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,  
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 990-9656) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwestTel Inc.)	Call collect 420-2011

## How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)993-7276

Toronto  
Credit card only (973-8018)

## Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,  
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 990-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Appelez à frais virés au 420-2011

## Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)993-7276

Toronto  
Carte de crédit seulement (973-8018)



**Statistics Canada**

Industry Division  
Retail Trade Section

# Department store sales and stocks

November 1985

Published under the authority of  
the Minister of Supply and  
Services Canada

© Minister of Supply  
and Services Canada 1986

February 1986  
5-3406-503

Price: Canada, \$13.00, \$130.00 a year  
Other Countries, \$14.00, \$140.00 a year

Payment to be made in Canadian funds or equivalent

Catalogue 63-002, Vol. 50, No. 11

ISSN 0380-7045

Ottawa

**Statistique Canada**

Division de l'industrie  
Section du commerce de détail

# Ventes et stocks des grands magasins

Novembre 1985

Publication autorisée par  
le ministre des Approvisionnements et  
Services Canada

© Ministre des Approvisionnements  
et Services Canada 1986

Février 1986  
5-3406-503

Prix: Canada, \$13.00, \$130.00 par année  
Autres pays, \$14.00, \$140.00 par année

Païement en dollars canadiens ou l'équivalent

Catalogue 63-002, vol. 50, n° 11

ISSN 0380-7045

Ottawa

## SYMBOLS

The following symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
  - nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- † revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.
- \* The reader is asked to note that the data are either based on a response which falls below the usual standard for publication or have a greater degree of variability than normal associated with them due to list structure changes i.e., birth/death adjustments and classification changes, and should therefore be used with caution.

## NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

## A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2300/17, 2320, 2321), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-990-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **D. Desjardins**, Director, Industry Division
- **G. Snyder**, Associate Director, Distributional Trades Sub-division, Industry Division
- **R. Rasia**, Chief, Retail Trade Section, Industry Division

## SIGNES CONVENTIONNELS

Les signes suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
  - néant ou zéro.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- † nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la loi sur la statistique relatives au secret.
- \* Le lecteur est prié de noter que les données sont fondées sur des réponses qui ne satisfont pas à la norme habituelle exigée pour la publication ou que celles-ci ont une plus grande marge d'inconsistance que l'on devrait normalement obtenir, et ce, à cause de la structure de la liste, c'est-à-dire des ajustements dus aux créations et aux disparitions et des changements dans le classement; elles doivent par conséquent être utilisées avec circonspection.

## NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

## NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2300/17, 2320, 2321), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-990-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **D. Desjardins**, directeur, Division de l'industrie
- **G. Snyder**, directeur associé, Sous-division du commerce de la distribution, Division de l'industrie
- **R. Rasia**, chef, Section du commerce de détail, Division de l'industrie

**TABLE OF CONTENTS**

	Page
<b>Introduction</b>	vii
<b>Charts</b>	
1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	viii
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	viii
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1983-1985	ix
4. Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1983-1985	x
5. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Canada, 1983-1985	x
6. Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xi
<b>Highlights</b>	xiii
<b>Table</b>	
1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985	2
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	8

**TABLE DES MATIÈRES**

	Page
<b>Introduction</b>	vii
<b>Graphiques</b>	
1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1983-1985	viii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1983-1985	viii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1983-1985	ix
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1983-1985	x
5. Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	x
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations	xi
<b>Points saillants</b>	xiii
<b>Tableau</b>	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	2
2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1984 et 1985	4
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1984 et 1985	6
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	6
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	8
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	8

## TABLE OF CONTENTS - Continued

	Page
<b>Table</b>	
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	19
17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	19
18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	20
19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	20
20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	21
21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	21

## TABLE DES MATIÈRES - suite

	Page
<b>Tableau</b>	
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	10
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	10
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1984 et 1985	12
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	12
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	14
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	14
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	16
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	16
15. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	18
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1984 et 1985	19
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	19
18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	20
19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	20
20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	21
21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	21

## TABLE OF CONTENTS - Concluded

Table	Page
22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1983-1985	22
23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1983-1985	23
24. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1984 and 1985	24
25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985	26
26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985	28
27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, 1984 and 1985	30
28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1983-1985	32
29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	32
30. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1983-1985	33
31. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1985	34
<b>Appendix</b>	
I. Definitions	39
II. Methodology	41
III. Data Reliability	43
IV. Seasonal Adjustment	47
Revision Procedures	49
Number of Shopping Days	50
V. Constant Dollar Estimates	51
Data Confidentiality	51
Explanatory Notes	52
VI. List of Department Store Organizations	53
Selected Publications	

## TABLE DES MATIÈRES - fin

Tableau	Page
22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1983-1985	22
23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1983-1985	23
24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	24
25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1984 et 1985	26
26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	28
27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	30
28. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	32
29. Comptes à recevoir, désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	32
30. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1983-1985	33
31. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1985	34
<b>Appendice</b>	
I. Définitions	39
II. Méthodologie	41
III. Fiabilité des données	43
IV. Désaisonnalisation	47
Procédures de révision	49
Nombre de jours commerciaux	50
V. Estimations en dollar constants	51
Confidentialité des données	51
Notes explicatives	52
VI. Liste des organisations de grands magasins	53
Choix de publications	





## INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division (formerly Merchandising and Services Division), to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie, (anciennement Division du commerce et des services). (Le recensement mesure également les activités des "établissements", toutefois cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Chart — 1

Graphique — 1

# Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1983-1985

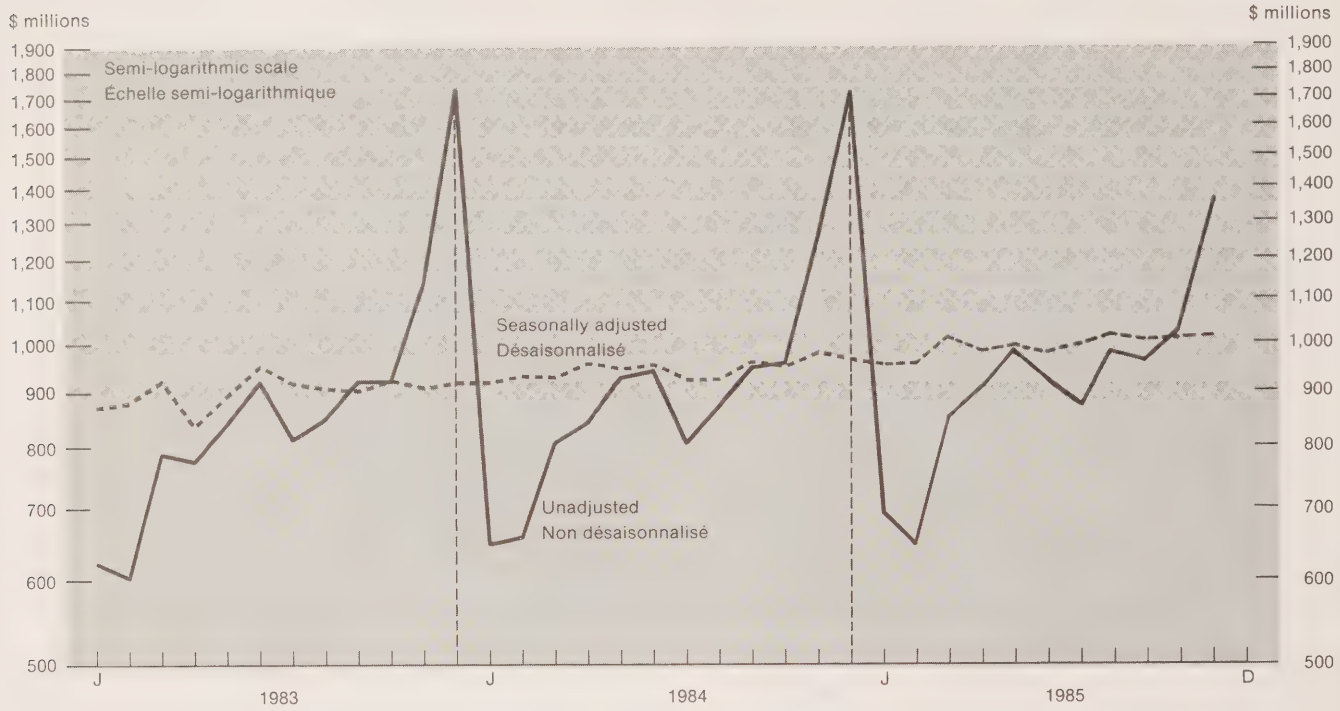
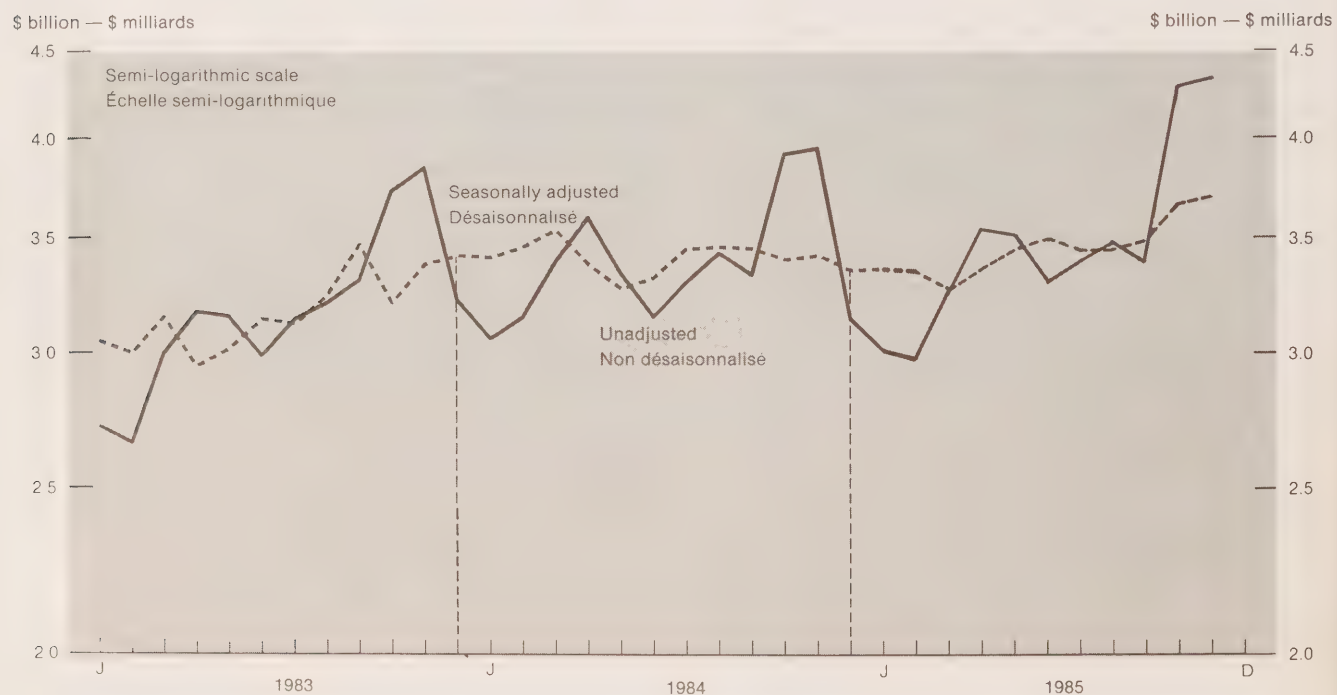


Chart — 2

Graphique — 2

# Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1983-1985



Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1983-1985

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1983-1985

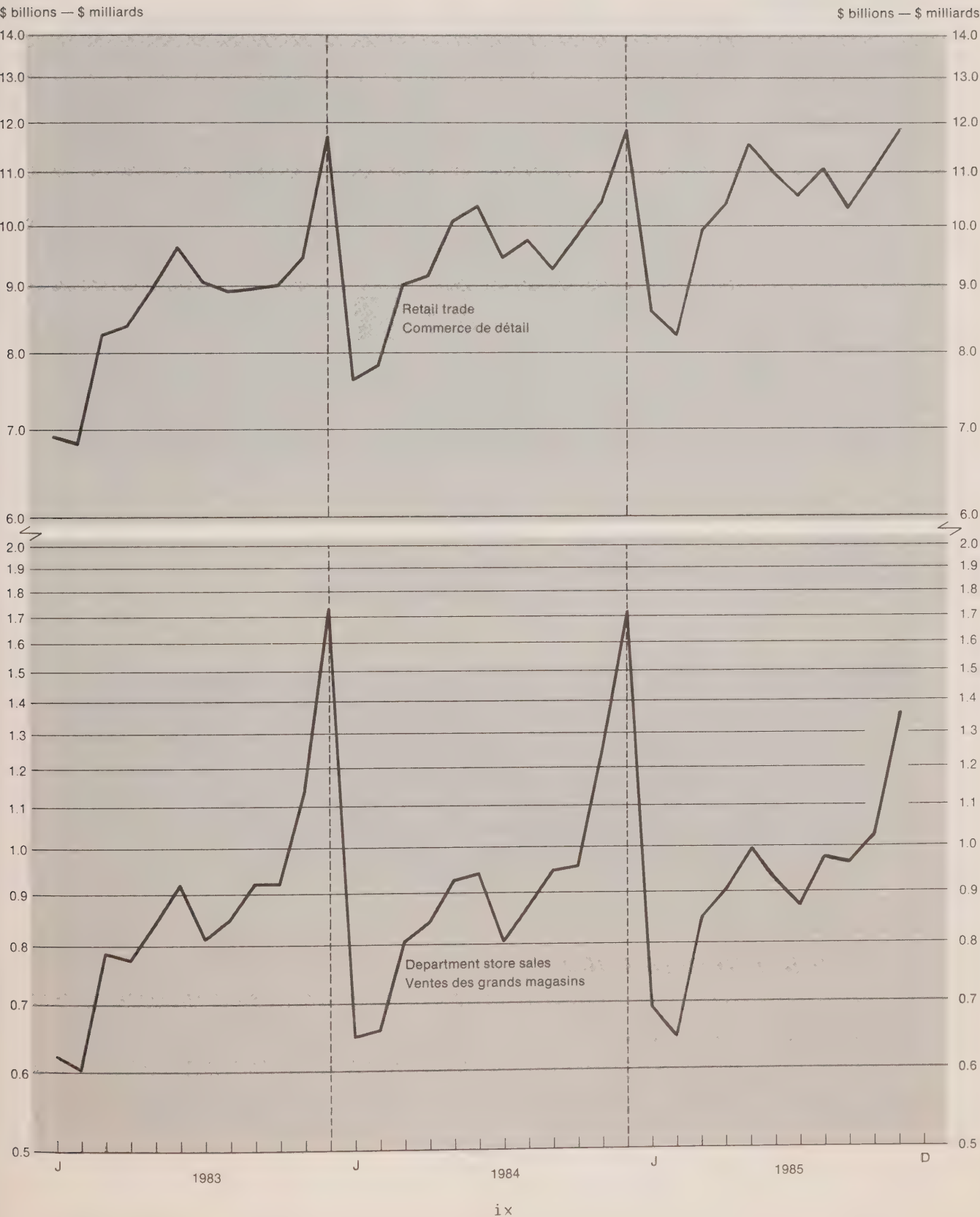




Chart — 4

Graphique — 4

## Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1983-1985

## Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1983-1985

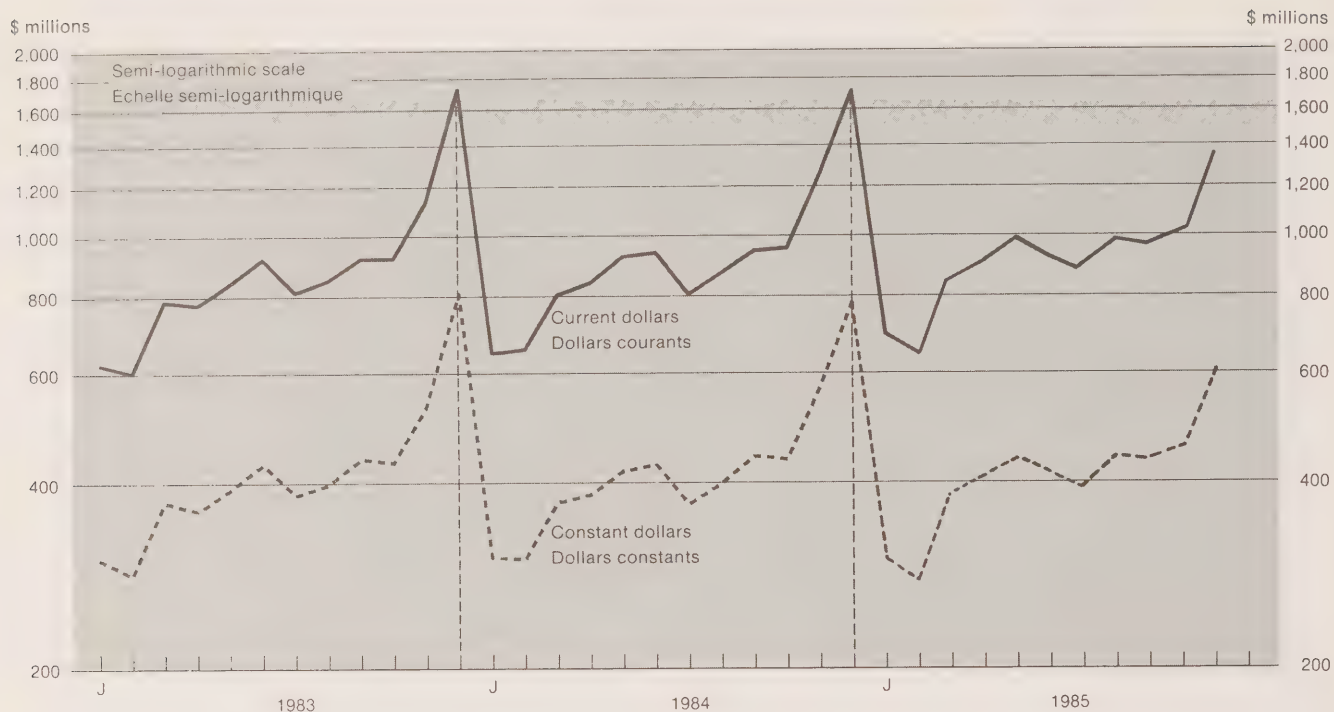
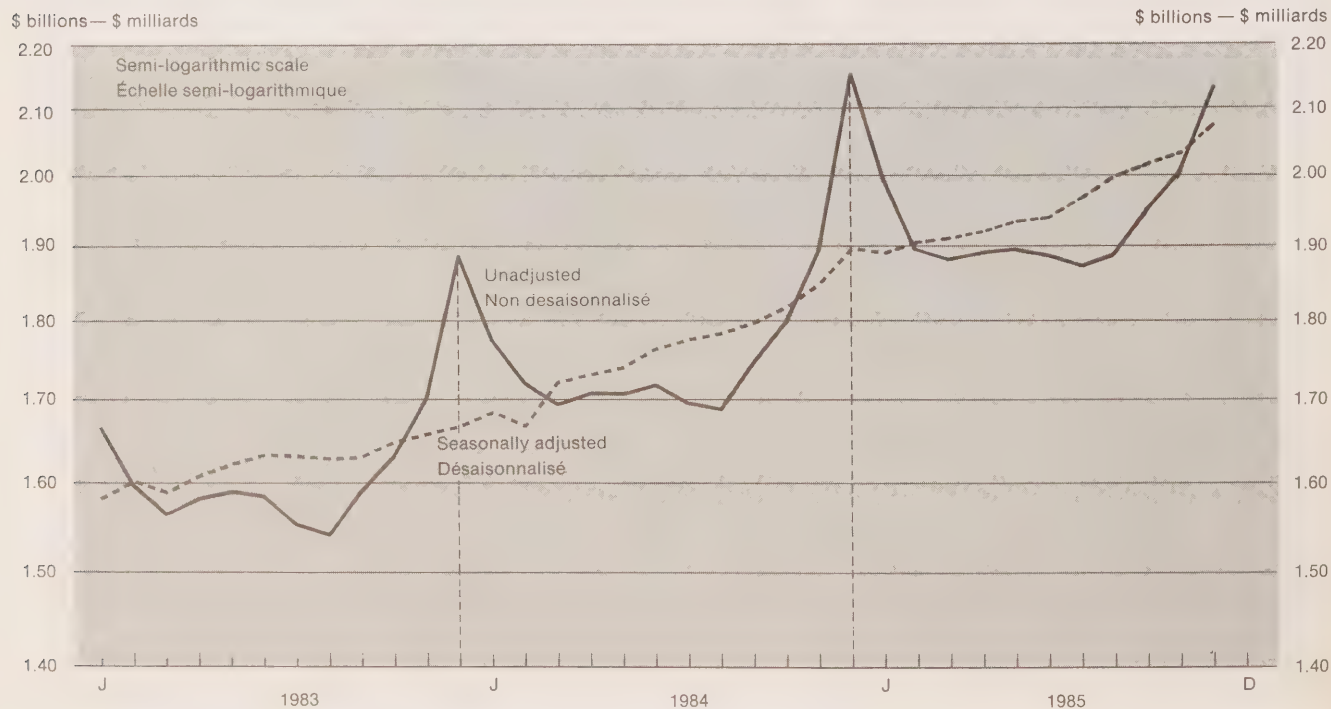


Chart — 5

Graphique — 5

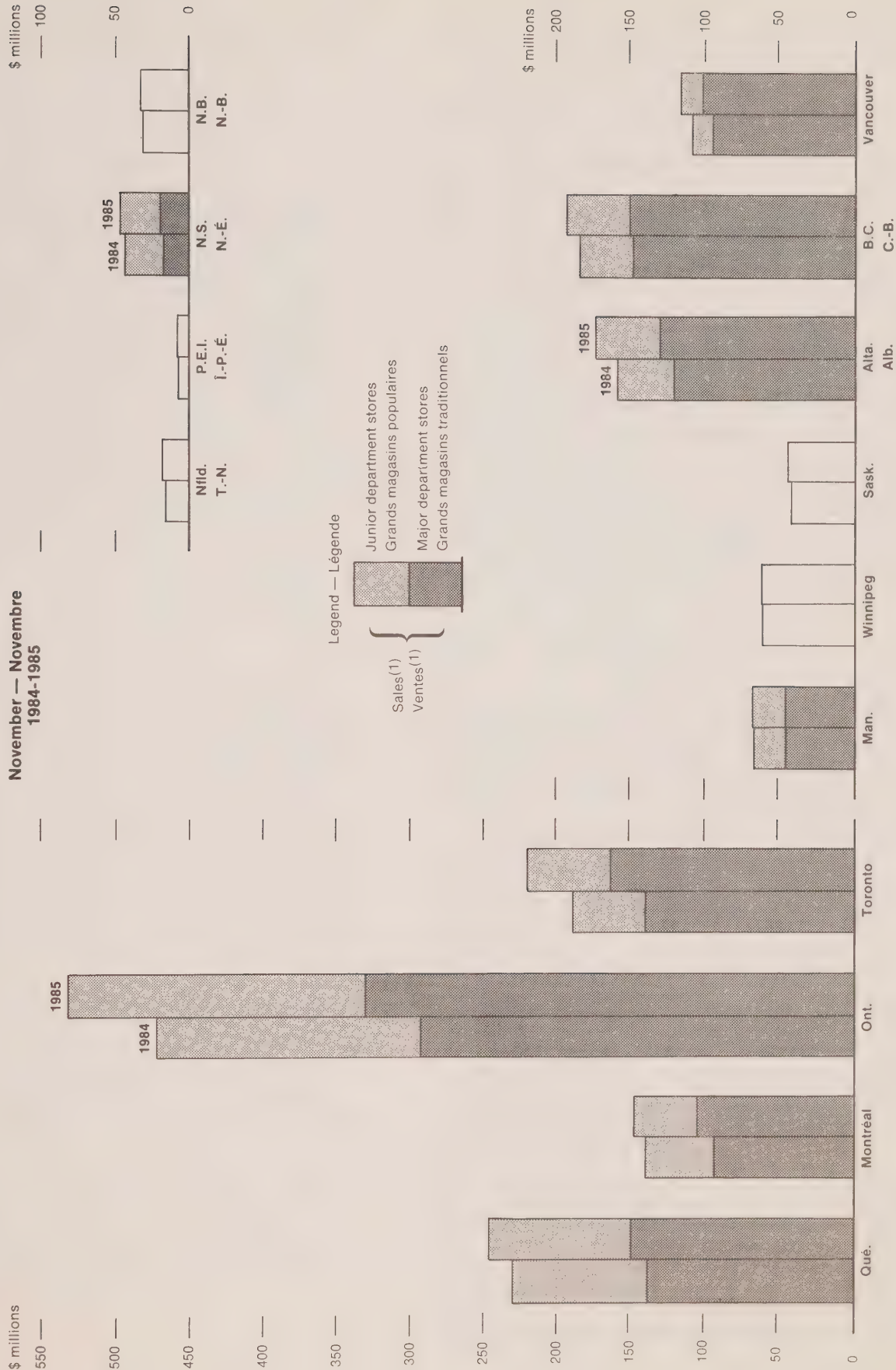
## Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1983-1985

## Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985





Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization  
Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations



(1) For reasons of confidentiality, the split between the two groups (Major — Junior) is not shown for some regions.

(1) Pour des raisons de confidentialité, nous ne montrons pas, pour certaines régions, la subdivision en deux groupes (Traditionnels — Populaires).



## HIGHLIGHTS

### Seasonally Adjusted Sales

- o Adjusted for seasonal fluctuations, holidays and the number of trading days, total department store sales in November 1985 increased by 3.3% to \$1,044.1 million from the revised October 1985 level of \$1,010.7 million. Among the 28 departments recording higher sales, the most notable increases were reported for departments carrying china and glassware and gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies, both at +14.2%, floor coverings (+13.7%) and women's and misses' coats and suits (+13.4%). The largest decreases were registered by millinery (-13.8%), women's and misses' sportswear (-3.9%) and lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings (-2.8%).

### Unadjusted Sales

- o Department stores in Canada reported unadjusted sales totalling \$1,360.2 million in November 1985, up 8.4% from the November 1984 level. Sales were higher in 31 of the 40 departments for which information is compiled, with the largest increases reported in hardware, paints, wallpaper, etc. (+31.0%), women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms, as well as floor coverings, both at +27.9% and jewellery (+22.4%). The most notable decreases were recorded for millinery (-13.3%), photographic equipment and supplies (-6.9%) and all other departments (-5.4%).
- o All provinces posted gains in November 1985 over the corresponding month in 1984, increases ranging from 12.7% in Ontario to 1.0% in Manitoba. Sales also rose in all of the ten metropolitan areas surveyed, with increases ranging from 18.6% in Hamilton to 0.4% in Winnipeg.
- o Sales by major department stores in November 1985 reached \$864.7 million, up 8.2% from the corresponding month a year earlier, while junior department stores had sales of \$495.5 million, up 8.9% over the same period last year.

## POINTS SAILLANTS

### Ventes désaisonnalisées

- o Les ventes des grands magasins, corrigées en fonction des variations saisonnières et du nombre de journées d'affaires, ont augmenté de 3.3% en novembre 1985, en regard du mois d'octobre 1985 (\$1,010.7 millions - chiffre révisé) pour s'établir à \$1,044.1 millions. Des 28 rayons qui ont connu des hausses des ventes, on a constaté les augmentations les plus marquées dans les rayons de porcelaine et verrerie et d'essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures, lesquels ont enregistré des hausses identiques de 14.2%, de revêtements de plancher (+13.7%) et de manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles (+13.4%). Par contre, les plus fortes baisses des ventes ont été observées dans les rayons de chapeaux (-13.8%), de vêtements sports pour dames et jeunes filles (-3.9%) et de lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison (-2.8%).

### Ventes non désaisonnalisées

- o Les ventes des grands magasins, sans ajustements saisonniers, ont totalisé \$1,360.2 millions en novembre 1985, soit 8.4% de plus qu'en novembre 1984. Des 40 rayons pour lesquels on recueille des données, 31 ont indiqué des hausses. Les augmentations les plus fortes ont été enregistrées dans les rayons de quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc (+31.0%), de robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles (+27.9%), de revêtements de planchers (+27.9%) et de bijouterie (+22.4%). Les baisses les plus notables ont été signalées dans les rayons de chapeaux (-13.3%) d'appareils et fournitures photographiques (-6.9%) et dans tous les autres rayons (-5.4%).
- o Les ventes des grands magasins ont progressé, dans toutes les provinces, en novembre 1985 comparativement au même mois l'an dernier, les gains s'échelonnant de 12.7% en Ontario à 1.0% au Manitoba. Les dix régions métropolitaines visées par l'enquête ont rapporté des ventes accrues, les gains s'échelonnant de 18.6% à Hamilton à 0.4% à Winnipeg.
- o Les ventes des grands magasins traditionnels, en novembre 1985, se sont chiffrées à \$864.7 millions, soit une hausse de 8.2% par rapport aux ventes enregistrées à pareille date l'an dernier. Les grands magasins populaires ont, quant à eux, indiqué des ventes s'élevant à \$495.5 millions, ce qui représente un gain de 8.9% en regard du mois de novembre de l'année dernière.

o In November 1985, there were 801 retail locations operated by department store organizations, one more than in October 1985, but unchanged from the number reported in November 1984. Of this total number, 319 locations were operated by major department store organizations and 482 by junior department store organizations.

o Cumulative sales for the first eleven months of 1985 totalled \$10,221.3 million, an increase of 5.7% over the \$9,669.1 million reported a year earlier.

o In November 1985, total department store sales constituted 11.4% of all retail sales in Canada, a slight decrease from the 11.8% share held in November 1984.

### Stocks

o The unadjusted selling value of inventories held by department stores in November 1985 was \$4,332.8 million, up 9.8% from November 1984. Seasonally adjusted department store stocks totalled \$3,709.3 million, up 0.9% from the October 1985 revised value of \$3,675.3 million.

### Accounts Receivable

o The total value of accounts receivable of all department store organizations in November 1985 amounted to \$2,138.3 million, up 6.4% from the \$2,010.1 million recorded in October 1985.

o En novembre 1985, on a dénombré un total de 801 points de vente au détail exploités par les sociétés de grands magasins, soit un de plus qu'en octobre 1985, mais le même nombre qu'en novembre 1984. De ce total, 319 ont été exploitées par les sociétés de grands magasins traditionnels et 482 par les sociétés de grands magasins populaires.

o Les ventes cumulatives pour les onze premiers mois de 1985, ont totalisé \$10,221.3 millions, soit une hausse de 5.7% par rapport au total de \$9,669.1 millions signalés pour la période correspondante en 1984.

o En novembre 1985, les ventes totales des grands magasins ont représenté 11.4% de l'ensemble des ventes au détail au Canada, un léger recul par rapport à la part de 11.8% détenue en novembre 1984.

### Stocks

o La valeur marchande, non désaisonnalisée, des stocks détenus en novembre 1985, a haussé de 9.8% par rapport au mois correspondant l'année dernière, pour s'établir à \$4,332.8 millions. La valeur désaisonnalisée des stocks a, quant à elle, connu une hausse de 0.9% par rapport au mois précédent (\$3,675.3 millions - chiffre révisé) et s'est élevée à \$3,709.3 millions.

### Comptes à recevoir

o En novembre 1985, la valeur totale des créances à recouvrer par les sociétés de grands magasins s'est chiffrée à \$2,138.3 millions, soit 6.4% de plus que la valeur enregistrée en octobre 1985 (\$2,010.1 millions).

STATISTICAL TABLES

TABLEAUX STATISTIQUES



TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,867	10,054	15,827	18,842	25,147	19,332	17,248
2	Women's and misses' coats and suits	13,162	12,112	21,186	17,185	10,924	7,916	7,073
3	Women's and misses' sportswear	33,141	38,002	55,553	58,259	71,734	58,577	52,421
4	Furs	5,127	3,539	1,705	1,236	386	563	1,197
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	18,380	18,267	23,097	24,333	23,718	22,528	21,846
6	Girls' and teenage girls' wear	8,774	9,727	18,744	17,933	18,241	13,813	13,676
7	Lingerie and women's sleepwear	11,844	12,085	15,449	16,045	20,143	16,948	18,156
8	Intimate apparel	9,077	7,928	11,305	11,711	12,584	11,902	11,454
9	Millinery	1,560	1,069	1,179	1,457	1,348	1,149	1,193
10	Women's and girls' hosiery	8,561	7,590	10,813	11,389	11,574	9,495	7,170
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	10,182	9,180	13,746	14,434	16,863	13,197	10,788
12	Women's, misses' and children's footwear	15,387	14,277	24,925	28,338	29,441	23,583	21,099
13	Men's clothing	23,420	23,040	35,906	37,181	38,631	43,374	29,627
14	Men's furnishings	26,318	26,319	39,157	40,122	48,048	56,685	41,988
15	Boys' clothing and furnishings	7,730	7,373	12,535	13,766	13,260	11,846	10,903
16	Men's and boys' footwear	10,677	9,187	16,026	17,360	18,483	18,244	15,187
17	Food and kindred products	51,900	61,856	56,138	63,290	64,008	55,109	50,102
18	Toiletries, cosmetics and drugs	44,181	43,798	50,385	49,880	54,188	51,749	49,399
19	Photographic equipment and supplies	8,696	7,143	9,237	9,744	10,591	13,073	12,362
20	Piece goods	2,809	3,130	4,149	3,304	4,032	3,203	3,124
21	Linens and domestics	31,393	18,082	24,667	24,800	29,360	28,945	31,758
22	Smallwares and notions	9,272	7,386	8,651	7,700	7,483	7,084	7,350
23	China and glassware	7,208	7,887	10,144	9,676	13,474	10,494	10,455
24	Floor coverings	8,851	9,143	11,711	12,475	13,137	12,748	14,385
25	Draperies, curtains and furniture coverings	9,904	9,771	13,429	14,418	16,327	15,489	16,232
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	5,569	4,787	6,403	7,095	6,408	6,341	7,392
27	Furniture	42,715	32,951	45,260	48,996	49,727	50,180	54,593
28	Major appliances	39,936	32,286	41,867	42,455	45,442	45,854	52,979
29	Television, radio and music	32,827	29,117	37,678	35,057	29,059	32,174	33,653
30	Housewares and small electrical appliances	25,526	26,051	26,031	28,339	32,284	32,130	32,496
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	20,892	16,554	22,570	34,262	47,424	40,646	35,819
32	Plumbing, heating and building materials	6,876	5,756	7,315	9,598	11,487	10,014	11,537
33	Jewellery	10,829	12,325	18,174	19,441	24,284	20,432	18,371
34	Toys and games	12,547	13,054	18,893	20,478	18,223	19,636	20,216
35	Sporting goods and luggage	18,858	16,132	20,308	26,535	32,932	32,851	29,996
36	Stationery, books and magazines	22,137	21,397	24,734	24,307	26,250	25,556	22,763
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	11,902	10,041	11,563	14,331	15,342	15,181	14,155
38	Meals and lunches	19,374	17,630	21,869	20,788	21,308	20,882	20,359
39	Repairs and services	10,898	9,123	11,565	10,986	12,149	11,859	11,141
40	All other departments	24,801	21,916	29,183	33,858	45,181	37,375	33,991
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	692,108	647,065	849,077	901,404	990,625	928,157	875,654

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1985				1984		Change Novembre 1985/1984	Rayon	N <sup>o</sup>
August	September	October	November	November	December	Variation Novembre 1985/1984		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre			
thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
17,824	16,777	18,250	21,052	17,081	22,831	+27.9	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
16,211	21,679	27,951	33,973	28,221	23,182	+20.4	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
60,921	69,204	67,606	71,429	64,239	78,205	+11.2	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
2,445	3,942	5,992	9,389	9,114	7,811	+3.0	Fourrures	4
28,488	25,895	28,833	31,969	29,012	36,901	+10.2	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
30,126	17,091	16,734	24,947	22,441	23,697	+11.2	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
16,108	16,609	18,673	29,003	29,712	48,995	-2.4	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
11,992	12,696	11,112	11,891	11,570	15,153	+2.8	Sous-vêtements	8
1,573	2,107	2,790	3,704	4,273	4,013	-13.3	Chapeaux	9
8,903	12,148	12,033	13,686	12,862	16,253	+6.4	Bas pour dames et fillettes	10
12,966	17,429	20,417	33,118	28,737	41,120	+15.2	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
26,123	30,827	31,191	40,738	34,475	32,200	+18.2	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
36,896	42,783	43,621	67,416	62,353	81,772	+8.1	Vêtements pour hommes	13
42,831	47,670	47,483	80,078	72,134	118,770	+11.0	Articles d'habillement pour hommes	14
24,794	12,921	14,279	19,517	17,219	24,605	+13.3	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
16,557	18,272	17,478	25,649	22,534	26,104	+13.8	Chaussures pour hommes et garçons	16
62,110	52,306	58,969	77,525	79,422	86,944	-2.4	Produits alimentaires et connexes	17
53,736	49,539	57,967	75,921	68,184	126,980	+11.3	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
13,960	10,316	10,995	14,520	15,599	29,572	-6.9	Appareils et fournitures photographiques	19
3,711	3,892	4,229	4,493	4,704	3,605	-4.5	Tissus à la pièce	20
34,275	33,504	32,613	39,131	33,925	46,184	+15.3	Literie et linge de maison	21
7,574	10,412	9,152	10,354	10,645	12,761	-2.7	Menus articles	22
10,324	12,470	10,619	20,486	20,210	37,306	+1.4	Porcelaine et verrerie	23
13,693	14,288	17,025	20,583	16,099	11,948	+27.9	Revetements de plancher	24
15,231	15,132	16,703	17,708	17,663	17,044	+0.3	Tentures, rideaux et housses	25
8,030	8,085	9,068	12,522	13,047	20,568	-4.0	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
45,912	50,179	57,885	54,742	47,918	43,200	+14.2	Meubles	27
48,418	49,799	55,077	60,095	52,088	54,816	+15.4	Gros appareils ménagers	28
47,884	49,269	45,060	56,012	57,889	89,000	-3.2	Téléviseurs, radios et musique	29
36,452	33,206	36,680	51,055	47,449	80,759	+7.6	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
30,762	26,269	31,745	38,815	29,629	35,435	+31.0	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
9,288	9,065	10,722	11,279	10,639	11,442	+6.0	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
19,805	22,442	20,799	36,584	29,894	67,633	+22.4	Bijouterie	33
21,322	19,491	30,774	63,602	62,080	91,424	+2.5	Jouets et jeux	34
25,082	21,371	20,852	29,216	28,011	47,844	+4.3	Articles de sport et valises	35
35,805	33,336	23,784	44,462	43,591	74,184	+2.0	Papeterie, livres et revues	36
13,427	13,427	19,842	25,177	20,963	21,877	+20.1	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
22,246	20,563	22,738	26,313	26,163	32,636	+0.6	Repas et casse-croûtes	38
11,305	11,047	13,415	16,564	15,849	13,683	+4.5	Services et travaux de réparation	39
34,835	27,385	31,097	34,659	36,654	57,324	-5.4	Tous autres rayons	40
979,945	964,843	1,032,253	1,360,177	1,254,292	1,715,781	+8.4	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	16,279	15,795	17,758	17,242	19,103	16,836	18,297
2	Women's and misses' coats and suits	16,443	16,891	19,946	17,202	18,173	18,133	16,572
3	Women's and misses' sportswear	54,938	55,909	59,245	58,951	63,424	57,997	60,950
4	Furs	3,164	3,111	2,555	4,820	2,245	3,361	3,204
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	24,881	25,953	25,999	24,552	25,081	25,026	25,460
6	Girls' and teenage girls' wear	17,218	15,735	19,400	17,879	18,534	15,676	18,361
7	Lingerie and women's sleepwear	20,356	19,788	20,443	19,720	20,505	19,111	22,152
8	Intimate apparel	11,360	11,190	11,745	11,584	11,652	11,270	11,907
9	Millinery	1,974	1,917	1,949	1,978	2,004	1,936	1,996
10	Women's and girls' hosiery	10,653	10,544	11,216	10,834	11,118	11,177	11,083
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	17,288	17,260	17,785	17,042	17,742	17,021	17,176
12	Women's, misses' and children's footwear	25,658	25,496	26,839	26,192	27,405	24,683	27,859
13	Men's clothing	38,231	39,618	40,519	40,743	42,553	42,742	43,490
14	Men's furnishings	47,824	48,841	52,864	50,736	54,850	51,201	53,903
15	Boys' clothing and furnishings	14,071	13,853	14,660	13,815	14,112	13,927	14,569
16	Men's and boys' footwear	17,615	15,993	18,771	16,538	17,043	16,890	18,471
17	Food and kindred products	61,438	62,596	62,967	62,276	61,521	63,285	59,093
18	Toiletries, cosmetics and drugs	56,885	58,066	58,495	57,753	59,191	60,087	58,637
19	Photographic equipment and supplies	12,556	11,919	12,566	12,729	12,309	12,818	12,615
20	Piece goods	3,360	3,713	3,817	3,516	3,873	3,670	3,733
21	Linens and domestics	29,407	30,819	31,873	30,750	31,003	30,175	30,209
22	Smallwares and notions	8,670	8,923	9,340	8,945	9,223	9,295	8,872
23	China and glassware	12,588	12,669	13,280	13,536	13,439	13,687	13,000
24	Floor coverings	10,566	11,628	11,900	12,229	12,151	13,171	13,463
25	Draperies, curtains and furniture coverings	13,993	14,220	14,409	14,007	14,637	14,582	15,008
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7,585	7,882	8,215	8,682	7,783	8,341	8,434
27	Furniture	45,164	45,043	48,178	50,116	44,991	46,870	45,152
28	Major appliances	44,538	45,415	46,768	46,833	45,358	43,742	45,972
29	Television, radio and music	39,940	42,429	43,009	43,394	37,924	43,366	40,406
30	Housewares and small electrical appliances	36,843	35,867	36,644	34,901	34,652	35,060	36,005
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	29,058	26,480	28,516	32,688	33,677	33,102	35,345
32	Plumbing, heating and building materials	9,483	8,794	9,358	9,095	9,139	8,369	9,771
33	Jewellery	22,559	22,962	24,811	24,990	25,308	24,294	24,492
34	Toys and games	31,623	30,273	32,068	30,796	30,124	31,909	31,140
35	Sporting goods and luggage	27,258	28,226	27,382	27,220	26,866	26,201	26,282
36	Stationery, books and magazines	31,571	31,127	32,423	31,644	31,612	31,783	29,876
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	14,318	14,487	14,300	14,330	14,519	14,932	14,715
38	Meals and lunches	21,966	22,022	22,816	22,349	22,196	22,250	21,770
39	Repairs and services	12,324	11,202	11,876	11,612	12,206	12,396	12,561
40	All other departments	34,387	33,577	34,586	33,467	34,211	34,096	36,365
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	956,034	958,235	1,001,292	987,684	994,457	984,468	998,366

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1985				1984		Change November/October 1985	Rayon	N <sup>o</sup>
August	September	October <sup>F</sup>	November <sup>P</sup>	November	December	Variation novembre/octobre 1985		
Août	Septembre	Octobre <sup>F</sup>	Novembre <sup>P</sup>	Novembre	Décembre			
thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
17,486	17,705	18,554	19,829	15,842	16,012	+6.9	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
15,698	18,252	17,208	19,521	17,232	16,572	+13.4	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
60,880	59,512	64,150	61,641	56,579	54,511	-3.9	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
4,055	4,289	3,725	3,817	4,221	3,331	+2.5	Fourrures	4
25,366	25,267	25,859	26,705	24,817	24,467	+3.3	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
18,810	16,579	18,079	19,295	18,236	16,047	+6.7	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
19,918	18,924	19,544	19,854	20,378	20,071	+1.6	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
11,917	12,133	11,893	11,611	10,959	11,092	-2.4	Sous-vêtements	8
2,458	2,269	2,049	1,766	2,028	1,680	-13.8	Chapeaux	9
10,974	10,676	10,774	11,171	10,520	10,290	+3.7	Bas pour dames et fillettes	10
17,287	17,510	18,614	19,972	18,139	17,143	+7.3	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
25,971	25,695	26,056	29,176	25,627	25,317	+12.0	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
43,572	41,605	42,019	43,768	41,891	41,999	+4.2	Vêtements pour hommes	13
54,171	52,803	52,486	54,099	48,385	47,510	+3.1	Articles d'habillement pour hommes	14
15,731	13,992	14,834	15,216	13,786	13,674	+2.6	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
17,654	17,510	17,302	18,317	16,627	16,975	+5.9	Chaussures pour hommes et garçons	16
60,827	61,387	61,128	61,904	63,157	63,684	+1.3	Produits alimentaires et connexes	17
59,612	59,091	60,876	62,236	57,870	57,555	+2.2	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
12,959	11,819	12,270	12,010	12,936	12,857	-2.1	Appareils et fournitures photographiques	19
3,595	3,582	3,517	3,547	3,797	3,629	+0.9	Tissus à la pièce	20
32,806	31,211	32,497	34,506	30,857	29,597	+6.2	Literie et linge de maison	21
8,843	8,761	8,110	8,416	8,515	8,762	+3.8	Menus articles	22
13,225	14,158	11,954	13,649	13,583	13,907	+14.2	Porcelaine et verrerie	23
14,090	14,092	13,997	15,908	13,009	12,068	+13.7	Revêtements de plancher	24
15,198	15,152	15,306	14,911	15,110	14,833	-2.6	Tentures, rideaux et housses	25
8,852	8,668	8,836	8,585	8,847	8,949	-2.8	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
47,090	51,117	52,833	51,816	46,458	45,024	-1.9	Meubles	27
47,577	48,378	49,494	51,890	46,663	50,116	+4.8	Gros appareils ménagers	28
51,221	43,744	42,577	42,549	43,204	44,107	-0.1	Téléviseurs, radios et musique	29
38,634	37,578	36,956	38,724	37,240	36,971	+4.8	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
32,938	32,288	31,273	35,343	27,767	26,309	+13.0	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
9,349	9,856	9,651	10,189	9,967	10,763	+5.6	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
24,772	24,610	25,065	26,663	21,977	22,753	+6.4	Bijouterie	33
32,291	30,864	29,408	29,109	27,851	26,188	-1.0	Jouets et jeux	34
26,641	27,003	27,499	27,862	27,099	25,640	+1.3	Articles de sport et valises	35
32,471	32,304	29,527	32,182	32,280	31,347	+9.0	Papeterie, livres et revues	36
13,799	16,215	16,224	18,528	15,825	16,567	+14.2	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
22,178	22,224	22,518	22,410	22,442	22,237	-0.5	Repas et casse-croûtes	38
12,366	12,198	12,285	12,268	11,377	11,044	-0.1	Services et travaux de réparation	39
36,764	33,803	33,730	33,169	34,994	34,397	-1.7	Tous autres rayons	40
1,020,045	1,004,821	1,010,676	1,044,128	978,095	965,994	+3.3	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

		1985						
Province		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Newfoundland	6,952	7,096	9,731	10,888	12,108	11,545	10,794
2	Prince Edward Island	4,074	3,852	4,567	5,274	5,531	5,837	6,595
3	Nova Scotia	18,630	18,740	25,876	28,657	31,526	31,991	28,983
4	New Brunswick	13,276	12,894	18,127	19,339	21,776	20,529	18,852
5	Quebec	130,436	121,067	160,174	175,359	199,264	176,088	164,993
6	Ontario	248,605	230,686	304,119	329,678	358,424	344,864	322,440
7	Manitoba	34,415	33,067	46,213	48,619	51,033	47,723	45,315
8	Saskatchewan	22,137	20,906	27,964	29,300	31,499	28,559	28,281
9	Alberta	97,925	91,754	117,811	117,594	131,665	119,766	115,381
10	British Columbia	115,658	107,002	134,497	136,697	147,799	141,256	134,021
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-	-
12	CANADA	692,108	647,065	849,077	901,404	990,625	928,157	875,654

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

		1985						
Selected metropolitan areas		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Calgary	37,702	35,612	45,068	44,971	50,471	46,784	44,364
2	Edmonton	44,148	40,891	52,733	52,316	59,076	53,206	51,338
3	Halifax-Dartmouth	11,130	10,743	14,671	15,563	17,662	17,965	16,045
4	Hamilton	19,486	16,635	21,422	24,210	26,387	24,478	23,652
5	Montréal	78,812	73,022	94,865	102,956	115,914	103,375	93,809
6	Ottawa-Hull	30,661	27,879	37,643	38,845	45,490	39,575	38,505
7	Quebec City	18,428	16,465	21,969	23,695	28,547	24,955	24,004
8	Toronto	99,553	95,090	125,686	130,664	139,376	138,949	124,716
9	Vancouver	70,220	64,386	80,280	80,174	87,331	84,774	77,798
10	Winnipeg	31,341	29,981	41,482	43,706	46,154	42,837	41,069



TABLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1984 et 1985

1985				1984		Change November 1985/1984	Province	NO
August	September	October	November	November	December	Variation novembre 1985/1984		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre			
thousands of dollars - milliers de dollars								
12,654	11,290	13,196	17,763	16,271	23,157	+9.2	Terre-Neuve	1
6,559	5,012	6,301	7,623	7,412	10,707	+2.8	Île-du-Prince-Édouard	2
32,191	29,139	33,547	47,747	43,553	61,171	+9.6	Nouvelle-Écosse	3
21,391	19,570	21,996	31,639	30,789	40,972	+2.8	Nouveau-Brunswick	4
190,292	179,505	200,483	246,196	230,121	311,798	+7.0	Québec	5
357,963	350,990	387,148	532,619	472,695	652,243	+12.7	Ontario	6
50,957	50,634	50,329	66,545	65,859	85,871	+1.0	Manitoba	7
31,460	30,531	30,529	43,466	41,146	53,485	+5.6	Saskatchewan	8
129,117	134,799	135,332	173,073	158,726	218,029	+9.0	Alberta	9
147,360	153,372	153,392	193,506	184,827	253,420	+4.7	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	2,894	4,928	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
979,945	964,843	1,032,253	1,360,177	1,254,292	1,715,781	+8.4	CANADA	12

TABLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

1985				1984		Change November 1985/1984	Certaines zones métropolitaines	NO
August	September	October	November	November	December	Variation novembre 1985/1984		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre			
thousands of dollars - milliers de dollars								
49,407	52,048	52,006	66,852	60,020	83,892	+11.4	Calgary	1
58,667	60,521	60,647	77,616	71,344	96,074	+8.8	Edmonton	2
17,632	16,888	19,767	28,243	24,904	32,904	+13.4	Halifax-Dartmouth	3
23,643	26,562	28,036	38,565	32,526	50,915	+18.6	Hamilton	4
112,176	108,016	119,668	147,293	138,914	190,400	+6.0	Montréal	5
42,826	42,893	45,364	62,052	56,416	73,494	+10.0	Ottawa-Hull	6
25,914	25,481	27,125	33,229	31,863	40,556	+4.3	Ville de Québec	7
141,675	146,586	159,329	219,175	188,655	263,715	+16.2	Toronto	8
84,663	93,003	91,465	116,116	108,850	148,953	+6.7	Vancouver	9
45,816	45,929	45,427	60,143	59,918	76,858	+0.4	Winnipeg	10

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

		1985						
Province		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x
2	Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x
3	Nova Scotia	7,353	6,567	9,188	9,717	10,259	10,862	9,723
4	New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x
5	Quebec	75,980	67,700	90,490	95,938	109,889	97,397	91,020
6	Ontario	153,708	138,416	185,694	191,431	206,083	199,764	190,466
7	Manitoba	23,448	21,585	30,515	30,889	30,978	29,066	28,534
8	Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x
9	Alberta	76,498	69,584	87,813	86,695	95,243	86,065	83,289
10	British Columbia	95,162	86,133	107,111	107,696	113,074	107,943	102,606
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-	-
12	CANADA	453,711	409,143	537,063	549,234	594,109	557,754	532,232

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

		1985						
Selected metropolitan areas		January	February	March	April	May	June	July
No.		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Calgary	30,048	27,906	34,770	34,678	37,994	34,846	33,254
2	Edmonton	35,184	31,384	40,019	39,005	43,339	38,937	37,973
3	Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x
4	Hamilton	14,872	12,214	15,555	17,471	18,781	17,292	17,339
5	Montréal	51,972	47,044	61,779	65,112	74,094	66,021	59,876
6	Ottawa-Hull	19,758	16,730	23,497	22,833	27,075	24,082	23,847
7	Quebec City	x	x	x	x	x	x	x
8	Toronto	72,416	69,020	93,501	93,067	97,410	98,228	88,056
9	Vancouver	62,059	56,067	69,426	68,968	74,419	72,571	66,687
10	Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985

1985				1984		Change November 1985/1984	Province	N°
August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	November Novembre	December Décembre	Variation novembre 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
10,414	10,693	11,856	17,170	15,666	20,626	+9.6	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
105,825	105,573	116,977	149,089	135,411	173,829	+10.1	Québec	5
209,078	222,536	236,110	330,539	292,214	386,092	+13.1	Ontario	6
31,337	35,158	32,074	44,075	43,967	54,203	+0.2	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
92,665	101,277	100,170	129,972	120,054	160,601	+8.3	Alberta	9
111,154	120,883	117,901	150,019	148,121	198,033	+1.3	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	x	x	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
588,786	626,857	645,607	864,651	799,105	1,049,201	+8.2	CANADA	12

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

Province	1985						
	January	February	March	April	May	June	July
No.	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
	thousands of dollars - milliers de dollars						
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	11,277	12,173	16,688	18,939	21,267	21,129	19,260
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	54,456	53,367	69,684	79,421	89,375	78,691	73,973
6 Ontario	94,898	92,269	118,425	138,246	152,341	145,100	131,974
7 Manitoba	10,967	11,482	15,698	17,729	20,055	18,658	16,781
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	21,426	22,170	29,998	30,899	36,422	33,701	32,091
10 British Columbia	20,496	20,869	27,386	29,001	34,725	33,314	31,415
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-	-
12 CANADA	238,397	237,922	312,014	352,171	396,516	370,404	343,422

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

Selected metropolitan areas	1985						
	January	February	March	April	May	June	July
No.	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
	thousands of dollars - milliers de dollars						
1 Calgary	7,655	7,707	10,298	10,293	12,477	11,938	11,110
2 Edmonton	8,965	9,507	12,714	13,311	15,738	14,269	13,365
3 Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x
4 Hamilton	4,614	4,421	5,868	6,739	7,606	7,186	6,313
5 Montréal	26,840	25,978	33,087	37,844	41,819	37,354	33,933
6 Ottawa-Hull	10,903	11,149	14,147	16,012	18,416	15,494	14,658
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	27,136	26,070	32,185	37,597	41,966	40,721	36,659
9 Vancouver	8,161	8,320	10,854	11,206	12,913	12,202	11,112
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985

1985				1984		Change November 1985/1984	Province	N <sup>o</sup>
August	September	October	November	November	December	Variation novembre 1985/1984		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre			
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Ile-du-Prince-Édouard	2
21,777	18,446	21,691	30,577	27,887	40,544	+9.6	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
84,468	73,933	83,507	97,107	94,710	137,969	+2.5	Québec	5
148,885	128,454	151,038	202,080	180,480	266,151	+12.0	Ontario	6
19,620	15,476	18,255	22,470	21,892	31,669	+2.6	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
36,453	33,523	35,162	43,101	38,673	57,427	+11.4	Alberta	9
36,206	32,489	35,491	43,487	36,706	55,387	+18.5	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	x	x	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
<b>391,160</b>	<b>337,985</b>	<b>386,646</b>	<b>495,526</b>	<b>455,187</b>	<b>666,580</b>	<b>+8.9</b>	<b>CANADA</b>	<b>12</b>

TABLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]



TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

Province	1985					
	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre					
1 Newfoundland	14	14	14	14	14	14
2 Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7
3 Nova Scotia	33	33	33	34	34	34
4 New Brunswick	27	27	27	27	27	27
5 Quebec	163	163	163	163	163	163
6 Ontario	297	297	297	297	297	297
7 Manitoba	38	38	38	38	38	38
8 Saskatchewan	32	32	32	32	32	32
9 Alberta	81	81	81	81	81	81
10 British Columbia	102	101	101	101	102	102
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12 CANADA	794(1)	793	793	794	795	795

(1) The decrease of seven stores is due to the reclassification of these department stores to other kinds of business.

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

Selected metropolitan areas	1985					
	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre					
1 Calgary	26	26	26	26	26	26
2 Edmonton	33	33	33	33	33	33
3 Halifax-Dartmouth	14	14	14	14	15	15
4 Hamilton	24	24	24	24	25	25
5 Montréal	76	76	76	76	76	76
6 Ottawa-Hull	32	32	32	32	32	32
7 Quebec City	22	22	22	22	22	22
8 Toronto	88	88	88	88	88	88
9 Vancouver	41	41	41	41	42	42
10 Winnipeg	30	30	30	30	30	30

TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1984 et 1985

1985					1984			
July	August	September	October	November	November	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre		N <sup>o</sup>
number - nombre								
14	14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
34	34	34	34	34	33	33	Nouvelle-Écosse	3
26	26	26	26	26	27	27	Nouveau-Brunswick	4
162	163	163	163	163	163	163	Québec	5
298	301	304	304	305	298	298	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
32	32	32	32	32	32	32	Saskatchewan	8
80	80	81	81	81	81	81	Alberta	9
101	101	101	101	101	102	102	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	-	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
792	796	800	800	801	801	801	CANADA	12

(1) La baisse de sept magasins a été causée par la reclassification de ces magasins à d'autres genres de commerce.

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

Province	1985					
	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre					
1 Newfoundland	6	6	6	6	6	6
2 Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3
3 Nova Scotia	7	7	7	7	7	7
4 New Brunswick	4	4	4	4	4	4
5 Quebec	55	55	55	55	54	54
6 Ontario	109	109	109	109	109	109
7 Manitoba	18	18	18	18	17	17
8 Saskatchewan	15	15	15	15	15	15
9 Alberta	46	46	46	46	45	45
10 British Columbia	60	59	59	59	53	53
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12 CANADA	323	322	322	322	313	313

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

Selected metropolitan areas	1985					
	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre					
1 Calgary	14	14	14	14	14	14
2 Edmonton	18	18	18	18	18	18
3 Halifax-Dartmouth	6	6	6	6	6	6
4 Hamilton	14	14	14	14	14	14
5 Montréal	30	30	30	30	30	30
6 Ottawa-Hull	12	12	12	12	12	12
7 Quebec City	8	8	8	8	8	8
8 Toronto	40	40	40	40	40	40
9 Vancouver	26	26	26	26	27	27
10 Winnipeg	13	13	13	13	13	13

1985					1984		Province	No
July	August	September	October	November	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre		
number - nombre								
6	6	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2
7	7	7	7	7	7	7	Nouvelle-Écosse	3
4	4	4	4	4	4	4	Nouveau-Brunswick	4
54	54	54	54	54	55	55	Québec	5
110	113	116	116	116	110	110	Ontario	6
17	17	17	17	17	18	18	Manitoba	7
15	15	15	15	15	15	15	Saskatchewan	8
44	44	45	45	45	46	46	Alberta	9
52	52	52	52	52	60	60	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	-	5	5	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
<b>312</b>	<b>315</b>	<b>319</b>	<b>319</b>	<b>319</b>	<b>329</b>	<b>329</b>	<b>CANADA</b>	<b>12</b>

[illegible]

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

		1985					
Province		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.		number - nombre					
1	Newfoundland	8	8	8	8	8	8
2	Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4
3	Nova Scotia	26	26	26	27	27	27
4	New Brunswick	23	23	23	23	23	23
5	Quebec	108	108	108	108	109	109
6	Ontario	188	188	188	188	188	188
7	Manitoba	20	20	20	20	21	21
8	Saskatchewan	17	17	17	17	17	17
9	Alberta	35	35	35	35	36	36
10	British Columbia	42	42	42	42	49	49
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12	CANADA	471	471	471	472	482	482

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
number - nombre							
1	Calgary	12	12	12	12	12	12
2	Edmonton	15	15	15	15	15	15
3	Halifax-Dartmouth	8	8	8	8	9	9
4	Hamilton	10	10	10	10	11	11
5	Montréal	46	46	46	46	46	46
6	Ottawa-Hull	20	20	20	20	20	20
7	Quebec City	14	14	14	14	14	14
8	Toronto	48	48	48	48	48	48
9	Vancouver	15	15	15	15	15	15
10	Winnipeg	17	17	17	17	17	17



---

TABLE 15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985

January-November

TABLEAU 15. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

Janvier-novembre

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1985/1984
		1984 <sup>1</sup>	1985	Variation 1985/1984
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	168,385	190,020	+12.8
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	179,285	189,372	+5.6
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et jeunes filles	575,959	636,847	+10.6
4	Furs - Fourrures	32,558	35,521	+9.1
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	255,123	267,354	+4.8
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	176,160	189,806	+7.7
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	190,925	191,063	+0.1
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	115,200	123,652	+7.3
9	Millinery - Chapeaux	18,581	19,129	+2.9
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	110,222	113,362	+2.8
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	158,459	172,320	+8.7
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	269,562	285,929	+6.1
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	392,345	421,895	+7.5
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	455,925	496,699	+8.9
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	136,713	148,924	+8.9
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	169,333	183,120	+8.1
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	643,101	653,313	+1.6
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	526,063	580,743	+10.4
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	127,165	120,637	-5.1
20	Piece goods - Tissus à la pièce	43,590	40,076	-8.1
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	300,663	328,528	+9.3
22	Smallwares and notions - Menus articles	88,418	92,418	+4.5
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	119,791	123,237	+2.9
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	132,654	148,039	+11.6
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	161,863	160,344	-0.9
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	84,847	81,700	-3.7
27	Furniture - Meubles	489,301	533,140	+9.0
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	483,657	514,208	+6.3
29	Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique	431,220	427,790	-0.8
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	355,934	360,250	+1.2
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	285,015	345,758	+21.3
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	114,458	102,937	-10.1
33	Jewellery - Bijouterie	197,846	223,486	+13.0
34	Toys and games - Jouets et jeux	241,996	258,236	+6.7
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	264,166	274,133	+3.8
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	300,063	304,531	+1.5
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	183,983	164,388	-10.7
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	232,582	234,070	+0.6
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	115,421	130,052	+12.7
40	All other departments - Tous autres rayons	340,558	354,281	+4.0
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	9,669,090	10,221,308	+5.7

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985

January-November

TABLEAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1984 et 1985

Janvier-novembre

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	114,959	124,017	+7.9
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	59,597	61,225	+2.7
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	296,042	327,027	+10.5
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	214,670	219,389	+2.2
Québec	1,816,940	1,943,857	+7.0
Ontario	3,497,911	3,767,536	+7.7
Manitoba	509,359	524,850	+3.0
Saskatchewan	312,940	324,632	+3.7
Alberta	1,303,433	1,364,217	+4.7
British Columbia - Colombie-Britannique	1,514,502	1,564,560	+3.3
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	28,734	-	...
<b>CANADA</b>	<b>9,669,090</b>	<b>10,221,308</b>	<b>+5.7</b>

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

January-November

TABLEAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

Janvier-novembre

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>F</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
Certaines zones métropolitaines	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	494,521	525,285	+6.2
Edmonton	593,036	611,159	+3.1
Halifax-Dartmouth	163,172	186,309	+14.2
Hamilton	255,519	273,076	+6.9
Montréal	1,070,669	1,149,906	+7.4
Ottawa-Hull	430,841	451,733	+4.8
Quebec City - Ville de Québec	259,921	269,812	+3.8
Toronto	1,391,208	1,520,799	+9.3
Vancouver	889,206	930,210	+4.6
Winnipeg	461,818	473,885	+2.6

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985

January-November

TABLEAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985

Janvier-novembre

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>r</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	97,526	113,802	+16.7
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	1,045,456	1,105,878	+5.8
Ontario	2,132,372	2,263,825	+6.2
Manitoba	334,219	337,659	+1.0
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	981,344	1,009,271	+2.8
British Columbia - Colombie-Britannique	1,209,611	1,219,682	+0.8
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	-	...
CANADA	6,130,540	6,359,147	+3.7

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

January-November

TABLEAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

Janvier-novembre

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>r</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	384,528	404,063	+5.1
Edmonton	453,367	461,079	+1.7
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	188,085	198,175	+5.4
Montréal	702,027	758,122	+8.0
Ottawa-Hull	274,027	278,659	+1.7
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	1,011,203	1,104,048	+9.2
Vancouver	769,621	803,148	+4.4
Winnipeg	x	x	x

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985

January-November

TABLEAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985

Janvier-novembre

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>r</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	198,517	213,224	+7.4
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	771,482	837,982	+8.6
Ontario	1,365,539	1,503,710	+10.1
Manitoba	175,139	187,191	+6.9
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	322,090	354,946	+10.2
British Columbia - Colombie-Britannique	304,893	344,879	+13.1
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	-	...
<b>CANADA</b>	<b>3,538,549</b>	<b>3,862,163</b>	<b>+9.1</b>

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

January-November

TABLEAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

Janvier-novembre

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>r</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	109,994	121,224	+10.2
Edmonton	139,668	150,082	+7.5
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	67,435	74,901	+11.1
Montréal	368,637	391,783	+6.3
Ottawa-Hull	156,815	173,078	+10.4
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	380,007	416,750	+9.7
Vancouver	119,588	127,064	+6.3
Winnipeg	x	x	x



TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1983-1985

TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1983-1985

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
<b>1983:</b>						
January - Janvier	623,021	100.0	416,075	66.8	206,946	33.2
February - Février	603,808	100.0	400,059	66.3	203,749	33.7
March - Mars	787,544	100.0	517,493	65.7	270,051	34.3
April - Avril	775,226	100.0	496,409	64.0	278,817	36.0
May - Mai	842,133	100.0	524,430	62.3	317,702	37.7
June - Juin	920,150	100.0	578,341	62.9	341,809	37.1
July - Juillet	813,746	100.0	510,481	62.7	303,265	37.3
August - Août	850,885	100.0	528,907	62.2	321,978	37.8
September - Septembre	922,067	100.0	609,641	66.1	312,425	33.9
October - Octobre	922,014	100.0	605,042	65.6	316,972	34.4
November - Novembre	1,138,763	100.0	741,909	65.2	396,854	34.8
December - Décembre	1,731,121	100.0	1,078,633	62.3	652,488	37.7
Year - Année	10,930,478	100.0	7,007,420	64.1	3,923,056	35.9
<b>1984:</b>						
January - Janvier	649,626	100.0	433,177	66.7	216,450	33.3
February - Février	659,594	100.0	426,537	64.7	233,057	35.3
March - Mars	806,999	100.0	529,691	65.6	277,309	34.4
April - Avril	843,022	100.0	522,096	61.9	320,926	38.1
May - Mai	930,389	100.0	577,533	62.1	352,855	37.9
June - Juin	941,728	100.0	584,661	62.1	357,066	37.9
July - Juillet	806,592	100.0	496,195	61.5	310,397	38.5
August - Août	872,423	100.0	530,591	60.8	341,831	39.2
September - Septembre	947,365	100.0	619,430	65.4	327,935	34.6
October - Octobre	957,060	100.0	611,524	63.9	345,536	36.1
November - Novembre	1,254,292	100.0	799,105	63.7	455,187	36.3
December - Décembre	1,715,781	100.0	1,049,201	61.2	666,580	38.8
Year - Année	11,384,871	100.0	7,179,741	63.1	4,205,129	36.9
<b>1985:</b>						
January - Janvier	692,108	100.0	453,711	65.6	238,397	34.4
February - Février	647,065	100.0	409,143	63.2	237,922	36.8
March - Mars	849,077	100.0	537,063	63.3	312,014	36.7
April - Avril	901,404	100.0	549,234	60.9	352,171	39.1
May - Mai	990,625	100.0	594,109	60.0	396,516	40.0
June - Juin	928,157	100.0	557,754	60.1	370,404	39.9
July - Juillet	875,654	100.0	532,232	60.8	343,422	39.2
August - Août	979,945	100.0	588,786	60.1	391,160	39.9
September - Septembre	964,843	100.0	626,857	65.0	337,985	35.0
October - Octobre	1,032,253	100.0	645,607	62.5	386,646	37.5
November - Novembre	1,360,177	100.0	864,651	63.6	495,526	36.4
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1983-1985

November

TABLEAU 23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1983-1985

Novembre

Province and Selected Metropolitan Areas Province et certaines zones métropolitaines	Distribution			Change 1985/1984
	1983	1984	1985	Variation 1985/1984
	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	8.4	8.6	8.5	-1.2
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	15.4	16.5	15.3	-7.3
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	11.4	11.4	11.3	-0.9
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	11.1	11.5	10.7	-7.0
Québec	8.4	8.8	8.5	-3.4
Ontario	12.0	11.7	11.7	-
Manitoba	16.3	15.7	14.3	-8.9
Saskatchewan	10.0	10.5	10.1	-3.8
Alberta	15.7	14.6	13.8	-5.5
British Columbia - Colombie-Britannique	16.8	16.1	15.0	-6.8
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	10.8	10.3	...	...
<b>CANADA</b>	<b>12.0</b>	<b>11.8</b>	<b>11.4</b>	<b>-3.4</b>
Montréal	10.8	10.9	10.6	-2.8
Toronto	12.5	12.6	12.7	+0.8
Winnipeg	22.1	21.3	19.2	-9.9
Vancouver	19.4	18.4	17.4	-5.4

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985							
		January	February	March	April	May	June	July	August
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
thousands of dollars									
milliers de dollars									
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	39,185	43,993	56,955	60,797	54,107	43,977	52,035	50,520
2	Women's and misses' coats and suits	48,419	65,516	68,340	61,861	53,789	43,361	71,654	82,262
3	Women's and misses' sportswear	128,354	150,980	171,399	178,900	166,346	144,730	145,696	152,682
4	Furs	23,715	19,658	14,917	27,476	28,928	30,362	34,836	37,360
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	71,653	67,973	77,245	89,457	84,937	80,040	93,305	88,047
6	Girls' and teenage girls' wear	37,234	51,030	59,132	54,914	58,342	47,063	64,292	55,065
7	Lingerie and women's sleepwear	44,161	42,405	47,653	55,747	53,175	45,396	45,570	47,129
8	Intimate apparel	46,429	41,490	43,624	45,951	44,588	44,618	42,524	45,661
9	Millinery	3,119	3,418	2,548	3,521	2,990	2,606	2,267	6,039
10	Women's and girls' hosiery	37,889	34,836	38,986	42,035	37,480	34,668	34,978	40,429
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	49,934	48,511	53,600	57,748	53,111	46,410	51,969	60,155
12	Women's, misses' and children's footwear	87,816	99,585	121,486	122,004	113,930	101,511	103,552	107,102
13	Men's clothing	124,638	156,531	171,752	194,346	190,644	166,346	167,514	206,692
14	Men's furnishings	143,096	145,075	166,369	193,067	194,853	154,193	146,076	155,033
15	Boys' clothing and furnishings	42,748	45,631	47,836	46,461	42,819	44,144	62,408	42,024
16	Men's and boys' footwear	59,521	57,489	76,236	80,077	90,324	69,558	73,535	75,167
17	Food and kindred products	41,847	35,361	37,872	38,427	35,161	31,444	33,120	32,166
18	Toiletries, cosmetics and drugs	255,555	208,248	225,060	236,131	234,780	230,330	244,390	242,973
19	Photographic equipment and supplies	55,504	44,500	49,665	52,185	51,054	50,506	51,599	49,928
20	Piece goods	17,949	16,873	21,571	18,654	20,683	20,308	17,758	18,215
21	Linens and domestics	128,500	127,853	134,314	146,716	148,825	142,340	137,044	129,658
22	Smallwares and notions	38,175	35,879	37,555	44,184	47,806	48,739	48,143	49,133
23	China and glassware	68,077	74,719	66,029	85,463	84,766	76,648	77,449	81,931
24	Floor coverings	50,742	47,734	49,746	51,134	51,347	50,529	53,258	55,176
25	Draperies, curtains and furniture coverings	70,093	60,655	65,910	68,661	68,008	65,502	70,348	68,186
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	56,372	53,190	57,261	60,255	63,533	61,939	64,352	66,253
27	Furniture	145,059	145,868	149,735	157,566	152,328	151,943	156,706	152,710
28	Major appliances	67,296	72,678	74,982	76,661	73,394	70,552	69,632	63,275
29	Television, radio and music	133,537	128,146	140,488	153,594	145,992	138,333	132,625	140,840
30	Housewares and small electrical appliances	164,939	151,991	157,505	174,480	166,909	174,343	166,944	166,287
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	116,518	120,579	142,450	148,268	158,719	175,304	161,250	163,188
32	Plumbing, heating and building materials	24,231	21,786	31,394	24,392	25,361	28,840	26,458	26,308
33	Jewellery	109,160	96,901	107,128	113,812	113,439	109,202	113,481	121,103
34	Toys and games	112,665	109,764	121,590	141,558	153,617	158,887	183,356	199,802
35	Sporting goods and luggage	113,507	110,606	133,988	160,378	159,668	145,230	136,961	138,586
36	Stationery, books and magazines	135,422	125,423	130,744	139,442	144,907	133,691	142,334	139,433
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	53,925	50,203	53,851	54,543	53,906	52,859	49,351	51,032
38	Meals and lunches	985	539	654	646	597	423	569	277
39	Repairs and services	5,461	5,566	6,085	6,380	6,081	6,389	6,538	6,178
40	All other departments	58,419	50,976	61,896	72,766	86,123	68,824	57,471	67,797
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,011,649	2,970,159	3,275,551	3,540,658	3,517,367	3,292,088	3,393,348	3,481,802

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1985			1984		Change - Variation		Rayon	Nº
September	October	November	November	December	November/ October 1985	November 1985/1984		
Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre	Novembre/ octobre 1985	Novembre 1985/1984		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
50,641	69,861	72,851	57,551	45,548	+4.3	+26.6	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
90,837	108,419	92,534	70,525	50,707	-14.7	+31.2	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
153,876	192,415	223,975	192,828	134,161	+16.4	+16.2	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
42,135	44,711	46,126	29,500	25,339	+3.2	+56.4	Fourrures	4
80,233	111,620	103,368	86,785	80,801	-7.4	+19.1	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
51,635	62,584	62,530	54,375	34,598	-0.1	+15.0	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
50,512	76,674	91,101	81,616	44,897	+18.8	+11.6	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
40,634	52,308	54,996	49,442	45,665	+5.1	+11.2	Sous-vêtements	8
7,309	14,405	5,925	6,080	5,211	-58.9	-2.5	Chapeaux	9
39,576	42,069	47,889	39,445	36,027	+13.8	+21.4	Bas pour dames et fillettes	10
68,465	99,915	106,895	82,743	55,141	+7.0	+29.2	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
110,052	125,503	111,217	107,316	92,122	-11.4	+3.6	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
188,030	228,547	224,633	214,964	165,233	-1.7	+4.5	Vêtements pour hommes	13
168,183	218,546	238,300	222,868	146,065	+9.0	+6.9	Articles d'habillement pour hommes	14
49,453	71,037	59,239	47,655	35,467	-16.6	+24.3	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
79,976	96,903	90,461	79,040	63,630	-6.6	+14.4	Chaussures pour hommes et garçons	16
37,354	46,549	49,125	51,232	23,221	+5.5	-4.1	Produits alimentaires et connexes	17
230,119	353,752	389,431	284,466	204,522	+10.1	+36.9	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
44,255	60,694	58,728	58,862	43,806	-3.2	-0.2	Appareils et fournitures photographiques	19
17,663	23,380	20,439	27,108	24,799	-12.6	-24.6	Tissus à la pièce	20
128,387	149,235	164,587	154,748	147,039	+10.3	+6.4	Literie et linge de maison	21
40,914	49,864	46,765	41,168	46,044	-6.2	+13.6	Menus articles	22
78,364	88,028	106,895	97,373	93,193	+21.4	+9.8	Porcelaine et verrerie	23
50,590	58,015	57,243	49,781	54,776	-1.3	+15.0	Revêtements de plancher	24
64,527	71,948	69,741	76,311	73,250	-3.1	-8.6	Tentures, rideaux et housses	25
65,483	78,858	73,652	75,656	53,262	-6.6	-2.6	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
142,538	164,063	148,769	151,221	179,768	-9.3	-1.6	Meubles	27
60,490	73,840	74,599	80,775	74,426	+1.0	-7.6	Gros appareils ménagers	28
121,105	155,876	167,960	181,676	149,533	+7.8	-7.5	Téléviseurs, radios et musique	29
162,028	188,480	222,288	200,634	146,834	+17.9	+10.8	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
152,176	185,927	176,493	138,855	130,912	-5.1	+27.1	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
24,350	28,404	29,796	28,862	33,964	+4.9	+3.2	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
118,100	163,565	180,425	149,624	109,540	+10.3	+20.6	Bijouterie	33
194,485	260,061	194,733	181,040	104,574	-25.1	+7.6	Jouets et jeux	34
127,607	167,978	153,589	153,366	126,179	-8.6	+0.1	Articles de sport et valises	35
144,200	160,820	187,263	189,350	132,241	+16.4	-1.1	Papeterie, livres et revues	36
47,809	63,124	54,023	51,924	62,989	-14.4	+4.0	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
440	268	378	399	166	+41.0	-5.3	Repas et casse-croûtes	38
3,752	2,588	2,365	5,996	5,584	-8.6	-60.6	Services et travaux de réparation	39
64,673	77,888	71,478	91,309	57,384	-8.2	-21.7	Tous autres rayons	40
3,392,756	4,288,722	4,332,805	3,944,469	3,138,618	+1.0	+9.8	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	45,735	48,351	51,442	50,516	50,524	51,804	52,587
2	Women's and misses' coats and suits	63,109	72,588	75,059	84,534	88,362	74,138	66,098
3	Women's and misses' sportswear	156,229	168,626	165,149	159,828	157,763	160,948	153,604
4	Furs	24,319	23,183	17,231	33,193	31,147	34,044	36,341
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	87,294	81,222	81,633	82,541	86,898	84,837	83,217
6	Girls' and teenage girls' wear	52,472	57,295	55,281	51,922	56,211	53,963	53,822
7	Lingerie and women's sleepwear	52,685	50,921	50,257	50,983	51,767	51,747	50,621
8	Intimate apparel	43,418	43,447	43,864	44,208	44,729	46,973	43,838
9	Millinery	3,225	4,032	3,996	4,601	4,137	4,284	3,192
10	Women's and girls' hosiery	42,233	38,777	39,196	38,929	37,740	37,822	37,376
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	56,562	53,744	52,802	54,450	56,129	57,868	59,418
12	Women's, misses' and children's footwear	104,248	108,220	110,418	106,425	107,544	108,164	107,246
13	Men's clothing	170,022	179,364	175,343	188,419	195,949	193,025	183,321
14	Men's furnishings	171,230	168,225	173,855	181,066	183,273	175,701	161,967
15	Boys' clothing and furnishings	46,768	46,896	47,786	46,066	47,810	50,683	49,567
16	Men's and boys' footwear	68,620	67,613	75,089	72,976	78,804	74,377	74,557
17	Food and kindred products(1)	41,847	35,361	37,872	38,427	35,161	31,444	33,120
18	Toiletries, cosmetics and drugs	234,101	237,087	235,811	234,228	242,028	247,552	251,117
19	Photographic equipment and supplies	56,353	50,418	52,073	49,673	50,384	51,651	51,051
20	Piece goods	21,035	19,459	20,072	19,370	20,974	21,015	18,281
21	Linens and domestics	137,967	131,311	135,121	136,453	136,313	140,496	138,361
22	Smallwares and notions	42,947	41,671	42,114	41,171	43,958	44,782	44,211
23	China and glassware	78,341	78,179	69,539	86,195	81,478	80,038	78,804
24	Floor coverings	51,721	50,635	50,067	49,839	48,962	48,578	50,865
25	Draperies, curtains and furniture coverings	69,592	65,138	65,492	65,554	66,451	67,230	70,221
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	62,811	60,024	58,836	60,995	61,851	63,679	64,143
27	Furniture	157,052	161,100	149,263	142,738	144,663	150,418	154,555
28	Major appliances	67,686	69,887	72,776	72,872	74,810	74,859	73,160
29	Television, radio and music	144,051	143,799	143,539	146,385	144,675	139,470	138,443
30	Housewares and small electrical appliances	166,519	166,956	168,777	166,119	167,449	169,447	166,042
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	133,304	136,677	140,635	142,669	149,175	159,007	156,333
32	Plumbing, heating and building materials	25,569	24,710	30,157	23,107	26,704	31,356	27,930
33	Jewellery	113,695	107,558	110,032	109,837	111,710	114,469	115,568
34	Toys and games	134,627	140,955	144,131	142,071	172,263	183,239	193,575
35	Sporting goods and luggage	140,751	136,655	141,737	138,447	139,970	142,131	140,845
36	Stationery, books and magazines	151,387	151,372	150,936	140,275	140,019	135,373	131,677
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	56,066	55,617	57,004	52,579	53,157	54,737	52,769
38	Meals and lunches(1)	985	539	654	646	597	423	569
39	Repairs and services	5,549	5,890	6,162	6,205	6,249	6,356	6,404
40	All other departments	72,147	64,799	62,522	64,482	77,535	70,685	62,412
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,014,739	2,971,223	3,363,710	3,380,778	3,475,312	3,488,803	3,439,213

(1) Due to the absence of seasonality, the seasonally adjusted data are equal to the unadjusted data.



TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1985				1984		Change November/October 1985	Rayon	N <sup>o</sup>
August	September	October <sup>(1)</sup>	November <sup>(1)</sup>	November	December	Variation novembre/octobre 1985		
Août	Septembre	Octobre <sup>(1)</sup>	Novembre <sup>(1)</sup>	Novembre	Décembre			
Thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
52,910	53,780	59,865	62,156	51,519	51,690	+3.8	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
66,085	63,254	71,604	74,764	57,334	60,646	+4.4	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
150,561	154,419	166,927	187,533	164,708	158,595	+12.3	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
36,541	35,861	34,815	37,603	24,465	23,765	+8.0	Fourrures	4
84,597	79,789	92,836	97,538	83,123	84,064	+5.1	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
52,466	49,739	53,998	55,407	48,746	45,973	+2.6	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
49,506	53,387	60,641	60,021	56,677	52,756	-1.0	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
47,790	47,930	48,988	48,051	43,037	43,629	-1.9	Sous-vêtements	8
6,060	6,867	11,125	3,239	3,272	3,300	-70.9	Chapeaux	9
38,644	39,951	39,064	41,575	35,030	38,213	+6.4	Bas pour dames et fillettes	10
63,814	68,711	76,046	73,259	59,415	62,089	-3.7	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
107,605	111,268	115,134	109,791	105,768	101,735	-4.6	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
178,337	179,303	185,254	183,529	175,846	171,862	-0.9	Vêtements pour hommes	13
158,800	165,368	171,297	182,017	176,792	179,390	+6.3	Articles d'habillement pour hommes	14
46,964	50,894	55,225	53,419	43,446	43,266	-3.3	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
74,940	81,220	82,663	82,057	72,821	70,339	-0.7	Chaussures pour hommes et garçons	16
32,166	37,354	46,549	49,125	51,232	23,221	+5.5	Produits alimentaires et connexes(1)	17
256,792	260,717	299,066	309,764	227,475	218,036	+3.6	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
50,661	48,357	49,980	51,965	52,736	50,988	+4.0	Appareils et fournitures photographiques	19
17,283	18,749	19,761	18,739	25,786	23,485	-5.2	Tissus à la pièce	20
138,408	144,543	150,653	151,418	143,742	138,795	+0.5	Literie et linge de maison	21
46,554	44,483	47,681	47,680	42,959	43,526	--	Menus articles	22
80,222	82,589	84,220	93,391	86,667	80,556	+10.9	Porcelaine et verrerie	23
53,469	55,916	58,067	60,289	53,537	50,665	+3.8	Revêtements de plancher	24
69,000	68,512	69,323	68,019	75,034	70,318	-1.9	Tentures, rideaux et housses	25
63,865	65,594	65,630	64,399	66,364	60,650	-1.9	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
162,252	154,056	154,812	155,483	158,399	157,244	+0.4	Meubles	27
70,844	69,879	71,074	67,715	72,780	66,992	-4.7	Gros appareils ménagers	28
142,261	134,827	140,894	142,763	156,073	148,043	+1.3	Téléviseurs, radios et musique	29
166,240	168,602	179,883	186,251	171,629	162,725	+3.5	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
157,855	163,393	173,132	173,939	137,637	133,263	+0.5	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
27,538	26,054	27,530	27,596	27,405	26,876	+0.2	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
122,425	127,046	139,971	141,499	121,914	118,413	+1.1	Bijouterie	33
190,910	165,059	168,316	146,039	132,107	150,202	-13.2	Jouets et jeux	34
148,945	136,063	138,553	137,273	136,746	138,495	-0.9	Articles de sport et valises	35
136,286	142,017	143,803	149,938	156,139	155,668	+4.3	Papeterie, livres et revues	36
52,472	51,711	56,534	53,578	50,299	54,114	-5.2	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
277	440	268	378	399	166	+41.0	Repas et casse-croûtes(1)	38
5,905	3,752	2,588	2,471	5,607	5,604	-4.5	Services et travaux de réparation	39
71,232	67,441	61,543	57,685	71,360	66,685	-6.3	Tous autres rayons	40
3,479,467	3,478,881	3,675,298	3,709,340	3,955,109	3,132,328	+0.9	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Puisqu'il y a absence de saisonnalité, les données désaisonnalisées sont par conséquent égales aux données non désaisonnalisées.

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4.42	4.38	3.60	3.23	2.15	2.27	3.02
2	Women's and misses' coats and suits	3.68	5.41	3.23	3.60	4.92	5.48	10.13
3	Women's and misses' sportswear	3.87	3.97	3.09	3.07	2.32	2.47	2.78
4	Furs	4.63	5.55	8.75	22.23	74.94	53.93	29.10
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.90	3.72	3.34	3.68	3.58	3.55	4.27
6	Girls' and teenage girls' wear	4.24	5.25	3.15	3.06	3.20	3.41	4.70
7	Lingerie and women's sleepwear	3.73	3.51	3.08	3.47	2.64	2.68	2.51
8	Intimate apparel	5.12	5.23	3.86	3.92	3.54	3.75	3.71
9	Millinery	2.00	3.20	2.16	2.42	2.22	2.27	1.90
10	Women's and girls' hosiery	4.43	4.59	3.61	3.69	3.24	3.65	4.88
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.90	5.28	3.90	4.00	3.15	3.52	4.82
12	Women's, misses' and children's footwear	5.71	6.98	4.87	4.31	3.87	4.30	4.91
13	Men's clothing	5.32	6.79	4.78	5.23	4.94	3.84	5.65
14	Men's furnishings	5.44	5.51	4.25	4.81	4.06	2.72	3.48
15	Boys' clothing and furnishings	5.53	6.19	3.82	3.38	3.23	3.73	5.72
16	Men's and boys' footwear	5.57	6.26	4.76	4.61	4.89	3.81	4.84
17	Food and kindred products	0.81	0.57	0.67	0.61	0.55	0.57	0.66
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.78	4.75	4.47	4.73	4.33	4.45	4.95
19	Photographic equipment and supplies	6.38	6.23	5.38	5.36	4.82	3.86	4.17
20	Piece goods	6.39	5.39	5.20	5.65	5.13	6.34	5.68
21	Linens and domestics	4.09	7.07	5.45	5.92	5.07	4.92	4.32
22	Smallwares and notions	4.12	4.86	4.34	5.74	6.39	6.88	6.55
23	China and glassware	9.44	9.47	6.51	8.83	6.29	7.30	7.41
24	Floor coverings	5.73	5.22	4.25	4.10	3.91	3.96	3.70
25	Draperies, curtains and furniture coverings	7.08	6.21	4.91	4.76	4.17	4.23	4.33
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	10.12	11.11	8.94	8.49	9.91	9.77	8.71
27	Furniture	3.40	4.43	3.31	3.22	3.06	3.03	2.87
28	Major appliances	1.69	2.25	1.79	1.81	1.62	1.54	1.31
29	Television, radio and music	4.07	4.40	3.73	4.38	5.02	4.30	3.94
30	Housewares and small electrical appliances	6.46	5.83	6.05	6.16	5.17	5.43	5.14
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.58	7.28	6.31	4.33	3.35	4.31	4.50
32	Plumbing, heating and building materials	3.52	3.78	4.29	2.54	2.21	2.88	2.29
33	Jewellery	10.08	7.86	5.89	5.85	4.67	5.34	6.18
34	Toys and games	8.98	8.41	6.44	6.91	8.43	8.09	9.07
35	Sporting goods and luggage	6.02	6.86	6.60	6.04	4.85	4.42	4.57
36	Stationery, books and magazines	6.12	5.86	5.29	5.74	5.52	5.23	6.25
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	4.53	5.00	4.66	3.81	3.51	3.48	3.49
38	Meals and lunches	0.05	0.03	0.03	0.03	0.03	0.02	0.03
39	Repairs and services	0.50	0.61	0.53	0.58	0.50	0.54	0.59
40	All other departments	2.36	2.33	2.12	2.15	1.91	1.84	1.69
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.20	4.47	3.77	3.85	3.45	3.44	3.73

TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1985				1984		Rayon	N°
August	September	October	November	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre		
2.83	3.02	3.83	3.33	3.37	2.00	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
5.07	4.19	3.88	2.72	2.50	2.19	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
2.51	2.22	2.85	3.14	3.00	1.72	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
15.28	10.69	7.46	4.91	3.24	3.24	Fournitures	4
3.09	3.10	3.87	3.23	2.99	2.19	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
1.83	3.02	3.74	2.51	2.42	1.46	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
2.93	3.04	4.11	3.14	2.75	0.92	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.81	3.20	4.71	4.63	4.27	3.01	Sous-vêtements	8
3.84	3.47	5.16	1.60	1.42	1.30	Chapeaux	9
4.54	3.26	3.50	3.50	3.07	2.22	Bas pour dames et fillettes	10
4.64	3.93	4.89	3.23	2.88	1.34	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
4.10	3.57	4.02	2.73	3.11	2.86	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
5.60	4.39	5.24	3.33	3.45	2.02	Vêtements pour hommes	13
3.62	3.53	4.60	2.98	3.09	1.23	Articles d'habillement pour hommes	14
1.69	3.83	4.97	3.04	2.77	1.44	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
4.54	4.38	5.54	3.53	3.51	2.44	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.52	0.71	0.79	0.63	0.65	0.27	Produits alimentaires et connexes	17
4.52	4.65	6.10	5.13	4.17	1.61	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
3.58	4.29	5.52	4.04	3.77	1.48	Appareils et fournitures photographiques	19
4.91	4.54	5.53	4.55	5.76	6.88	Tissus à la pièce	20
3.78	3.83	4.58	4.21	4.56	3.18	Literie et linge de maison	21
6.49	3.93	5.45	4.52	3.87	3.61	Menus articles	22
7.94	6.28	8.29	5.22	4.82	2.50	Porcelaine et verrerie	23
4.03	3.53	3.41	2.78	3.09	4.58	Revêtements de plancher	24
4.48	4.26	4.31	3.94	4.32	4.30	Tentures, rideaux et housses	25
8.25	8.10	8.70	5.88	5.80	2.59	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3.33	2.84	2.83	2.72	3.16	4.16	Meubles	27
1.31	1.21	1.34	1.24	1.55	1.36	Gros appareils ménagers	28
2.94	2.46	3.46	3.00	3.14	1.68	Téléviseurs, radios et musique	29
4.56	4.88	5.14	4.35	4.23	1.82	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
5.30	5.79	5.86	4.55	4.69	3.69	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
2.83	2.69	2.65	2.64	2.71	2.97	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
6.11	5.26	7.86	4.93	5.01	1.62	Bijouterie	33
9.37	9.98	8.45	3.06	2.92	1.14	Jouets et jeux	34
5.53	5.97	8.06	5.26	5.48	2.64	Articles de sport et valises	35
3.89	4.33	6.76	4.21	4.34	1.78	Papeterie, livres et revues	36
3.80	3.56	3.18	2.15	2.48	2.88	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
0.01	0.02	0.01	0.01	0.02	0.01	Repas et casse-croûtes	38
0.55	0.34	0.19	0.14	0.38	0.41	Services et travaux de réparation	39
1.95	2.36	2.50	2.06	2.49	1.00	Tous autres rayons	40
3.42	3.40	4.03	3.14	3.10	1.80	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.21	0.24	0.31	0.32	0.44	0.39	0.36
2	Women's and misses' coats and suits	0.27	0.21	0.32	0.26	0.19	0.16	0.12
3	Women's and misses' sportswear	0.25	0.27	0.34	0.33	0.42	0.38	0.36
4	Furs	0.21	0.16	0.10	0.06	0.01	0.02	0.04
5	Infants' and children's wear and nursery	0.24	0.26	0.32	0.29	0.27	0.27	0.25
6	Girls' and teenage girls' wear	0.24	0.22	0.34	0.31	0.32	0.26	0.25
7	Lingerie and women's sleepwear	0.27	0.28	0.34	0.31	0.37	0.34	0.40
8	Intimate apparel	0.20	0.18	0.27	0.26	0.28	0.27	0.26
9	Millinery	0.37	0.33	0.40	0.48	0.41	0.41	0.49
10	Women's and girls' hosiery	0.23	0.21	0.29	0.28	0.29	0.26	0.21
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.19	0.19	0.27	0.26	0.30	0.27	0.22
12	Women's, misses' and children's footwear	0.17	0.15	0.23	0.23	0.25	0.22	0.21
13	Men's clothing	0.16	0.16	0.22	0.20	0.20	0.24	0.18
14	Men's furnishings	0.18	0.18	0.25	0.22	0.25	0.32	0.28
15	Boys' clothing and furnishings	0.20	0.17	0.27	0.29	0.30	0.27	0.20
16	Men's and boys' footwear	0.17	0.16	0.24	0.22	0.22	0.23	0.21
17	Food and kindred products	1.60	1.60	1.53	1.66	1.74	1.65	1.55
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.19	0.19	0.23	0.22	0.23	0.22	0.21
19	Photographic equipment and supplies	0.18	0.14	0.20	0.19	0.21	0.26	0.24
20	Piece goods	0.13	0.18	0.22	0.16	0.20	0.16	0.16
21	Linens and domestics	0.23	0.14	0.19	0.18	0.20	0.20	0.23
22	Smallwares and notions	0.22	0.20	0.24	0.19	0.16	0.15	0.15
23	China and glassware	0.09	0.11	0.14	0.13	0.16	0.13	0.14
24	Floor coverings	0.17	0.19	0.24	0.25	0.26	0.25	0.28
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.14	0.15	0.21	0.21	0.24	0.23	0.24
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.10	0.09	0.12	0.12	0.10	0.10	0.12
27	Furniture	0.26	0.23	0.31	0.32	0.32	0.33	0.35
28	Major appliances	0.56	0.46	0.57	0.56	0.61	0.64	0.76
29	Television, radio and music	0.23	0.22	0.28	0.24	0.19	0.23	0.25
30	Housewares and small electrical appliances	0.16	0.16	0.17	0.17	0.19	0.19	0.19
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.17	0.14	0.17	0.24	0.31	0.24	0.21
32	Plumbing, heating and building materials	0.24	0.25	0.28	0.34	0.46	0.37	0.42
33	Jewellery	0.10	0.12	0.18	0.18	0.21	0.18	0.16
34	Toys and games	0.12	0.12	0.16	0.16	0.12	0.13	0.12
35	Sporting goods and luggage	0.16	0.14	0.17	0.18	0.21	0.22	0.21
36	Stationery, books and magazines	0.17	0.16	0.19	0.18	0.18	0.18	0.16
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.20	0.19	0.22	0.26	0.28	0.28	0.28
38	Meals and lunches	33.66	23.12	36.66	31.98	34.28	40.95	48.36
39	Repairs and services	1.97	1.65	1.99	1.76	1.95	1.90	1.71
40	All other departments	0.43	0.40	0.52	0.50	0.57	0.48	0.54
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.23	0.22	0.27	0.26	0.28	0.27	0.26

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1985				1984		Rayon	N°
August	September	October	November	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre		
0.35	0.33	0.30	0.31	0.28	0.44	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
0.21	0.25	0.28	0.34	0.36	0.38	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.41	0.45	0.39	0.34	0.33	0.48	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
0.07	0.10	0.14	0.21	0.28	0.28	Fourrures	4
0.31	0.31	0.30	0.30	0.33	0.44	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.50	0.32	0.29	0.40	0.40	0.53	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.35	0.34	0.29	0.35	0.40	0.77	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.27	0.29	0.24	0.22	0.25	0.32	Sous-vêtements	8
0.38	0.32	0.26	0.36	0.83	0.71	Chapeaux	9
0.24	0.30	0.29	0.30	0.34	0.43	Bas pour dames et fillettes	10
0.23	0.27	0.24	0.32	0.37	0.60	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.25	0.28	0.26	0.34	0.31	0.32	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.20	0.22	0.21	0.30	0.29	0.43	Vêtements pour hommes	13
0.28	0.29	0.25	0.35	0.33	0.64	Articles d'habillement pour hommes	14
0.47	0.28	0.24	0.30	0.34	0.59	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.22	0.24	0.20	0.27	0.28	0.37	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.90	1.50	1.41	1.62	1.64	2.34	Produits alimentaires et connexes	17
0.22	0.21	0.20	0.20	0.25	0.52	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
0.28	0.22	0.21	0.24	0.25	0.58	Appareils et fournitures photographiques	19
0.21	0.22	0.21	0.21	0.17	0.14	Tissus à la pièce	20
0.26	0.26	0.23	0.25	0.23	0.31	Literie et linge de maison	21
0.16	0.23	0.20	0.21	0.25	0.29	Menus articles	22
0.13	0.16	0.13	0.21	0.21	0.39	Porcelaine et verrerie	23
0.25	0.27	0.31	0.36	0.31	0.23	Revêtements de plancher	24
0.22	0.23	0.24	0.25	0.23	0.23	Tentures, rideaux et housses	25
0.12	0.12	0.13	0.16	0.17	0.32	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.30	0.34	0.38	0.35	0.29	0.26	Meubles	27
0.73	0.80	0.82	0.81	0.65	0.71	Gros appareils ménagers	28
0.35	0.38	0.33	0.35	0.33	0.54	Téléviseurs, radios et musique	29
0.22	0.20	0.21	0.25	0.25	0.46	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
0.19	0.17	0.19	0.21	0.21	0.26	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.35	0.36	0.41	0.39	0.37	0.36	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
0.17	0.19	0.15	0.21	0.21	0.52	Bijouterie	33
0.11	0.10	0.14	0.28	0.37	0.64	Jouets et jeux	34
0.18	0.16	0.14	0.18	0.18	0.34	Articles de sport et valises	35
0.25	0.24	0.16	0.26	0.25	0.46	Papeterie, livres et revues	36
0.27	0.27	0.36	0.43	0.41	0.38	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
52.59	57.36	64.23	81.46	52.12	115.53	Repas et casse-croûtes	38
1.78	2.22	4.23	6.69	2.74	2.36	Services et travaux de réparation	39
0.56	0.41	0.44	0.46	0.40	0.77	Tous autres rayons	40
0.29	0.28	0.27	0.32	0.32	0.48	TOTAL, TOUS RAYONS	41



TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1983-1985

TABLEAU 28. Comptes à recevoir(1), non désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985

Month	1983	1984	1985	Change from previous month	Change 1985/1984
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1985/1984
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,666,708	1,808,015	1,989,953	-7.6	+10.1
February - Février	1,598,345	1,714,843	1,898,511	-4.6	+10.7
March - Mars	1,565,461	1,695,173	1,884,093	-0.8	+11.1
April - Avril	1,582,875	1,709,386	1,897,041	+0.7	+11.0
May - Mai	1,591,140	1,708,247	1,897,723	--	+11.1
June - Juin	1,585,200	1,719,376	1,887,639	-0.5	+9.8
July - Juillet	1,553,254	1,695,008	1,874,327	-0.7	+10.6
August - Août	1,542,394	1,689,630	1,888,254	+0.7	+11.8
September - Septembre	1,591,826	1,746,901	1,952,986	+3.4	+11.8
October - Octobre	1,631,976	1,799,732	2,010,107	+2.9	+11.7
November - Novembre	1,702,704	1,892,038	2,138,267	+6.4	+13.0
December - Décembre	1,887,032	2,152,727			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

TABLEAU 29. Comptes à recevoir(1), désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985

Month	1983	1984	1985	Change from previous month	Change 1985/1984
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1985/1984
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,582.0	1,716.0	1,888.0	-0.6	+10.0
February - Février	1,601.0	1,658.0	1,902.0	+0.7	+14.7
March - Mars	1,591.0	1,721.0	1,911.0	+0.5	+11.0
April - Avril	1,607.0	1,733.0	1,921.0	+0.5	+10.8
May - Mai	1,623.0	1,741.0	1,932.0	+0.6	+11.0
June - Juin	1,631.0	1,766.0	1,941.0	+0.5	+9.9
July - Juillet	1,632.0	1,779.0	1,969.0	+1.4	+10.7
August - Août	1,631.0	1,789.0	1,999.0	+1.5	+11.7
September - Septembre	1,638.0	1,801.0	2,016.0	+0.9	+11.9
October - Octobre	1,653.0	1,825.0	2,040.0 <sup>r</sup>	+1.2 <sup>r</sup>	+11.8 <sup>r</sup>
November - Novembre	1,661.0	1,848.0	2,078.0 <sup>p</sup>	+1.9 <sup>p</sup>	+12.4 <sup>p</sup>
December - Décembre	1,665.0	1,900.0			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 30. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1983-1985

TABLEAU 30. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1983-1985

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		\$'000	%	\$'000	%
<b>1983:</b>					
January - Janvier	206.6	623,021	+3.8	301,559	-0.2
February - Février	213.2	603,808	+4.5	283,212	+0.3
March - Mars	211.9	787,544	+13.5	371,658	+9.3
April - Avril	215.4	775,226	-1.7	359,901	-5.8
May - Mai	215.8	842,133	+3.5	390,238	--
June - Juin	214.9	920,150	+16.3	428,176	+12.3
July - Juillet	212.9	813,746	+6.5	382,220	+2.9
August - Août	213.8	850,885	+9.7	397,982	+6.3
September - Septembre	211.1	922,067	+7.1	436,792	+4.1
October - Octobre	214.3	922,014	+7.3	430,245	+4.2
November - Novembre	215.1	1,138,763	+6.1	529,411	+3.0
December - Décembre	213.6	1,731,121	+7.6	810,450	+5.0
Year - Année	213.4	10,930,478	+7.1	5,121,844	+3.6
<b>1984:</b>					
January - Janvier	214.3	649,626	+4.3	303,139	+0.5
February - Février	218.7	659,594	+9.2	301,598	+6.5
March - Mars	217.1	806,999	+2.5	371,718	--
April - Avril	220.4	843,022	+8.7	382,496	+6.3
May - Mai	222.0	930,389	+10.5	419,094	+7.4
June - Juin	220.1	941,728	+2.3	427,864	-0.1
July - Juillet	218.4	806,592	-0.9	369,319	-3.4
August - Août	218.9	872,423	+2.5	398,549	+0.1
September - Septembre	215.2	947,365	+2.7	440,225	+0.8
October - Octobre	220.0	957,060	+3.8	435,027	+1.1
November - Novembre	220.5	1,254,292	+10.1	568,840	+7.4
December - Décembre	218.0	1,715,800	-0.9	787,064	-2.9
Year - Année	218.7	11,384,890	+4.2	5,204,933	+1.6
<b>1985:</b>					
January - Janvier	219.9	692,108	+6.5	314,738	+3.8
February - Février	220.5	647,065	-1.9	293,454	-2.7
March - Mars	222.6	849,077	+5.2	381,436	+2.6
April - Avril	224.6	901,404	+6.9	401,337	+4.9
May - Mai	227.7	990,625	+6.5	435,057	+3.8
June - Juin	225.8	928,157	-1.4	411,053	-3.9
July - Juillet	224.1	875,654	+8.6	390,743	+5.8
August - Août	222.2	979,945	+12.3	441,019	+10.7
September - Septembre	221.3	964,843	+1.8	435,989	-1.0
October - Octobre	224.0	1,032,253	+7.9	460,827	+5.9
November - Novembre	225.4	1,360,177	+8.4	603,450	+6.1
December - Décembre					
Year - Année					

TABLE 31. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1985

Department		Sales - Combined seasonal and trading day factors			
		Ventes - Coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux			
		MCD in November	October <sup>F</sup>	November <sup>P</sup>	December(1)
No.		MDC en novembre	Octobre <sup>F</sup>	Novembre <sup>P</sup>	Décembre(1)
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	98.36	110.20	137.52
2	Women's and misses' coats and suits	8	162.43	174.03	139.77
3	Women's and misses' sportswear	4	105.39	115.88	141.05
4	Furs	12	160.84	245.99	222.02
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	111.50	119.71	149.81
6	Girls' and teenage girls' wear	5	92.56	129.29	144.21
7	Lingerie and women's sleepwear	4	95.54	146.08	238.38
8	Intimate apparel	4	93.43	102.41	135.39
9	Millinery	9	136.17	209.71	238.29
10	Women's and girls' hosiery	4	111.69	122.52	156.94
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	109.69	165.82	238.19
12	Women's, misses' and children's footwear	6	119.71	139.63	127.11
13	Men's clothing	4	103.81	154.03	195.31
14	Men's furnishings	5	90.47	148.02	246.32
15	Boys' clothing and furnishings	6	96.26	128.27	175.94
16	Men's and boys' footwear	6	101.02	140.03	152.19
17	Food and kindred products	4	96.47	125.23	137.30
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	95.22	121.99	218.56
19	Photographic equipment and supplies	4	89.61	120.90	222.29
20	Piece goods	6	120.23	126.66	98.40
21	Linens and domestics	3	100.36	113.40	154.31
22	Smallwares and notions	4	112.85	123.03	144.55
23	China and glassware	5	88.83	150.09	259.29
24	Floor coverings	5	121.64	129.39	98.77
25	Draperies, curtains and furniture coverings	4	109.13	118.76	114.02
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	102.63	145.87	222.95
27	Furniture	5	109.56	105.65	95.31
28	Major appliances	5	111.28	115.81	109.56
29	Television, radio and music	5	105.83	131.64	198.12
30	Housewares and small electrical appliances	3	99.25	131.84	213.85
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	101.51	109.82	128.61
32	Plumbing, heating and building materials	6	111.09	110.70	106.87
33	Jewellery	3	82.98	137.21	287.29
34	Toys and games	5	104.65	218.50	338.59
35	Sporting goods and luggage	3	75.83	104.86	182.86
36	Stationery, books and magazines	4	80.55	138.16	229.46
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	122.30	135.89	133.97
38	Meals and lunches	3	100.98	117.42	146.08
39	Repairs and services	6	109.20	135.02	127.61
40	All other departments	5	92.19	104.49	164.67
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	102.13	130.27	172.67

(1) Seasonal and trading day factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the Appendix IV.

(2) Seasonal factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the Appendix IV.

TABLEAU 31. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1985

Stocks - Seasonal factors

Stocks - Coefficients de corrections des variations saisonnières

				Rayon	N°
MCD in November	October <sup>F</sup>	November <sup>D</sup>	December(2)		
MDC en novembre	Octobre <sup>F</sup>	Novembre <sup>D</sup>	Décembre(2)		
3	116.70	117.21	87.50	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
4	151.42	123.77	83.89	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
3	115.27	119.43	86.45	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
5	128.43	122.67	105.82	Fourrures	4
4	120.23	105.98	96.96	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4	115.90	112.86	75.80	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
4	126.44	151.78	86.07	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3	106.78	114.45	105.19	Sous-vêtements	8
5	129.48	182.94	156.64	Chapeaux	9
4	107.69	115.19	96.40	Bas pour dames et fillettes	10
3	131.39	145.91	90.14	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
3	109.01	101.30	90.53	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
4	123.37	122.40	94.77	Vêtements pour hommes	13
3	127.58	130.92	82.72	Articles d'habillement pour hommes	14
4	128.63	110.90	83.11	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
4	117.23	110.24	90.05	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	...	...	...	Produits alimentaires et connexes	17
3	118.29	125.72	96.16	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
4	121.44	113.01	86.42	Appareils et fournitures photographiques	19
4	118.31	109.07	106.14	Tissus à la pièce	20
3	99.06	108.70	106.36	Literie et linge de maison	21
4	104.58	98.08	106.07	Menus articles	22
3	104.52	114.46	114.07	Porcelaine et verrerie	23
3	99.91	94.95	108.99	Revêtements de plancher	24
3	103.79	102.53	103.40	Tentures, rideaux et housses	25
4	120.16	114.37	88.10	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3	105.98	95.68	115.69	Meubles	27
4	103.89	110.17	110.08	Gros appareils ménagers	28
3	110.63	117.65	100.54	Téléviseurs, radios et musique	29
3	104.78	119.35	90.34	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
3	107.39	101.47	98.91	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
5	103.17	107.97	129.33	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
3	116.86	127.51	93.34	Bijouterie	33
4	154.51	133.34	69.39	Jouets et jeux	34
4	121.24	111.89	91.07	Articles de sport et valises	35
3	111.83	124.89	86.44	Papeterie, livres et revues	36
5	111.66	100.83	117.73	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...	...	...	...	Repas et casse-croûtes	38
5	...	95.73	93.04	Services et travaux de réparation	39
6	126.56	123.91	86.05	Tous autres rayons	40
...	...	...	...	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Prévision des coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV.

(2) Prévision des coefficients de corrections des variations saisonnières. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV.





## APPENDICES



## Appendix I

### DEFINITIONS

#### Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

#### Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics and sells the following general lines of merchandise:

**Family clothing and apparel.** This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least six of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

**Furniture, appliance and home furnishings.** This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least four of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

## Appendice I

### DÉFINITIONS

#### Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et des services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

#### Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes et vend les catégories de marchandises suivantes:

**Vêtements pour la famille.** Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins six des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent se faire dans le groupe de vêtements pour la famille.

**Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.** Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine et verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; gros appareils, téléviseurs, radios et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins quatre des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

**All other (miscellaneous).** This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, **such as:** toilettries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

### Total Net Sales and Receipts

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

### Stocks

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

### Accounts Receivable

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

### Junior Department Store

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

**Tous autres articles (divers).** Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, **telles que:** articles de toilette, cosmétiques et médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

### Ventes et recettes nettes totales

Les ventes et recettes nettes totales sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

### Stocks

Les stocks englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

### Comptes à recevoir

Par comptes à recevoir on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

### Grand magasin populaire

Les grands magasins populaires sont définis comme étant des points de vente au détail qui offrent la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

## Appendix II

### METHODOLOGY

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The **monthly stock values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The **monthly accounts receivable values**, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

## Appendice II

### MÉTHODOLOGIE

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le **chiffre des stocks mensuels par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le **chiffre des comptes à recevoir mensuel** pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtes retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.





## Appendix III

### DATA RELIABILITY

#### Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

**Coverage error.** This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

**Data response error.** This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

**Non-response error.** Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

**Processing error.** These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

## Appendice III

### FIABILITÉ DES DONNÉES

#### Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

**Le champ couvert par l'enquête.** L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

**La réponse.** Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un interviewer à l'autre dans le mode de communication retenu, lorsqu'il s'agit d'expliquer des questions et d'interpréter des réponses.

**La non-réponse.** Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables et encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

**Le traitement.** L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

### Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the response rate is based on (1) **the survey unit** - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) **the organizational unit** - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example,

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. En ce qui concerne les estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreurs. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

### Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) **les unités d'enquête** - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) **les unités organisationnelles** - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'enquête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins.

a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte des deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1985

November

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1985

Novembre

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	99.0	94.4	99.9
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	55.6	86.2
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	38.9	64.0
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	100.0	100.0





## Appendix IV

### SEASONAL ADJUSTMENT

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time."<sup>(1)</sup> In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal (variations) and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method<sup>(2)</sup> to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these

(1) "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," **Canadian Statistical Review**, August 1974.

(2) For further information see the **X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

## Appendice IV

### DÉSAISONNALISATION

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps<sup>(1)</sup>". L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI<sup>(2)</sup> afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et retrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la **Revue statistique du Canada**, août 1974.

(2) Pour plus ample information voir **La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, N° 12-564F au catalogue, hors série.

operations have been repeated several times.(3) These procedures, used to determine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are, since May 1983, executed every month instead of once a year. This permits us to update each month the reference series from which we derive the final estimations of the seasonal factors with the previous month's revised data.

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.(3) The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Commencing with March 1984, the Canada seasonally adjusted total is now derived "indirectly" by the summation of the 40 individually seasonally adjusted departments. Previously, this total was derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly".(4) Also in March 1984, the **end-point seasonal adjustment** method was adopted. For the period May 1983 to February 1984, a modified version of the "end-point seasonal adjustment" method, employing a

lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises(3). Ces étapes déterminant les facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales, sont depuis mai 1983, exécutées à chaque mois au lieu d'une seule fois par an. Il nous est donc possible de mettre à jour mensuellement les séries de référence desquelles on dérive les estimations finales des facteurs saisonniers, en employant les données les plus récentes disponibles.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois à dominance cyclique, ou MDC(3). Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, il s'agit de la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Depuis mars 1984, le total désaisonné au niveau du Canada est dérivé de "façon indirecte" en faisant la somme des 40 rayons désaisonnés séparément au préalable. Auparavant, ce total était obtenu en désaisonnant de "façon directe" les données brutes du total, au niveau du Canada(4). De plus, la **désaisonnalisation interpolative** a été adoptée en mars 1984. Pour la période s'échelonnant de mai 1983 à février 1984, on a utilisé une version modifiée de la désaisonnalisation interpolative, employant une prévision

(3) See Table 31.

(4) Refer to: Lothian, J. and Morry, M. (1977): The Problem of Aggregation; Direct or Indirect, Ottawa: Seasonal Adjustment and Time Series Analysis Division, Statistics Canada.

(3) Voir tableau 31.

(4) Consulter: Lothian, J. et Morry, M. (1977): Aggrégation directe ou indirecte, Ottawa, Division des séries chronologiques, de la recherche et de l'analyse, Statistique Canada.

projected factor for the current month only, was utilized. Prior to May 1983, seasonally adjusted data were derived on a monthly basis by employing projected seasonal factors (forecasted one year in advance) calculated once a year.

## REVISION PROCEDURES

Due to the fact that statistical surveys are subject to different type of errors (as described previously in this section) and that to obtain a 100% response rate each month under a data collection program by mail would prove to be very difficult (almost impossible sometimes) and costly, results must be revised on an ongoing basis as new information is received, enabling us to update our statistical series accordingly.

Revisions of two different types are made in regard to the Department Store Sales and Stocks Survey: **the first relates to the way data are gathered while the second results from the seasonal adjustment procedures.** In the first type of revision, corrections apply only to the previous year data. They are conducted after the end of the year and, consequently, the revised figures are published in the March issue of the following year of the present bulletin. The second type of revisions are both monthly and annual. In the case of the monthly revisions, the corrected figures for the current month (June for example), are published in the following month issue of the present catalogue (July), while the annual revisions are published once a year in the March issue.

Generally, revised data are indicated with an "r" beside the name of the month to which they apply, in order to inform the user of these changes.

du facteur de désaisonnalisation pour le mois courant seulement. Avant mai 1983, les données désaisonnalisées étaient dérivées sur une base mensuelle, à l'aide de prévisions (une année à l'avance) des facteurs saisonniers calculés une fois par année.

## PROCÉDURES DE RÉVISION

Puisque les enquêtes statistiques sont sujettes à différents types d'erreurs (telles qu'explicitées précédemment dans cette section) et qu'il serait très coûteux et difficile (pratiquement impossible parfois) d'atteindre, à partir d'un programme de collecte de données par la poste, un taux de réponse de 100%, il faut donc réviser les résultats sur une base régulière afin de mettre à jour les séries statistiques en découlant, à mesure que de nouvelles informations nous sont transmises.

On compte donc des révisions de deux types en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins: **les premières sont liées à la façon dont les données sont produites tandis que les secondes résultent de la procédure de désaisonnalisation.** Les révisions du premier type ne se rapportent qu'aux seules données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les révisions du deuxième type sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas de celles mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (soit juin par exemple) sont ajoutées à la publication du mois suivant (juillet) tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une fois l'an, dans le bulletin de mars.

En général, on avise l'utilisateur de ces changements, en inscrivant un "r" à côté du nom du mois auquel on applique des révisions.



## NUMBER OF SHOPPING DAYS

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

## NOMBRE DE JOURS COMMERCIAUX

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif II donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

TEXT TABLE II. Number of Shopping Days, by Month, 1984 and 1985

TABLEAU EXPLICATIF II. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1984 et 1985

	1985		1984	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	26	4	26	4
February - Février	24	4	25	4
March - Mars	26	5	27	5
April - Avril	25	4	24	4
May - Mai	26	4	26	4
June - Juin	25	5	26	5
July - Juillet	26	4	26	4
August - Août	26	5	26	4
September - Septembre	24	4	24	5
October - Octobre	26	4	26	4
November - Novembre	26	5	26	4
December - Décembre	25	4	25	5

## Appendix V

### CONSTANT DOLLAR ESTIMATES

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Table 30), estimates of sales by department group are deflated by the Industry Measures and Analysis Division of Statistics Canada using a commodity breakdown originally based on the 1974 commodity survey and the relevant Consumer Price Indexes. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

### DATA CONFIDENTIALITY

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business.<sup>(5)</sup> The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld on this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information from **selected regions** (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential, form. For example, in many cases the data for the Northwest Territories and the Yukon are included with the British Columbia data.

<sup>(5)</sup> See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

## Appendice V

### ESTIMATIONS EN DOLLARS CONSTANTS

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau 30), les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées par la Division des mesures et de l'analyse de l'industrie de Statistique Canada, au moyen d'une ventilation par produit basée originalement sur l'enquête de 1974 sur les marchandises et au moyen des indices des prix à la consommation appropriés. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

### CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de cette dernière<sup>(5)</sup>. Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un X aux différents postes visés dans la publication.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) **pour certaines régions** (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple dans bien des cas, les données relatives aux Territoires du Nord-Ouest et du Yukon sont incluses avec celles de la Colombie-Britannique.

<sup>(5)</sup> Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.



The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

## EXPLANATORY NOTES

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e. those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios(6) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios(7) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

(6) See Table 26.

(7) See Table 27.

Ainsi, par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement en fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

## NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes(6) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks(7) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

(6) Voir tableau 26.

(7) Voir tableau 27.

## Appendix VI - Appendice VI

### LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

#### MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland  
Baine Johnstone & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 4100, St. John's, Newfoundland  
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario (Closed July 1984 - Fermée juillet 1984)  
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario  
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario(1)  
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island  
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon(2)  
Hougens Watson Lake 84, Box 97, Watson Lake, Yukon(2)  
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec  
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario(2)  
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan  
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec  
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario (Closed February 1983 - Fermée février 1983)  
Robinson Ogilvy Inc., 18 James St., Hamilton, Ontario  
Simpsons Ltd., 176 Yonge St., Toronto, Ontario  
Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario  
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario  
Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

#### JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario  
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario (Closed January 1984 - Fermée janvier 1984)  
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec  
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario  
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario(2)  
Zeller's Ltd., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

(1) Goudies Ltd. has been reclassified to the "Family Clothing" trade group as of January 1, 1985.

(1) Goudies Ltd. est reclassifié au groupe des magasins de "Vêtements pour famille" depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1985.

(2) All department stores in the Yukon and Northwest Territories have been reclassified to the "General Merchandise" trade group as of January 1, 1985.

(2) Tous les grands magasins du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest sont reclassifiés à d'autres genres de commerce du groupe des magasins de "Marchandises diverses" depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1985.

## SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Industry Division in the Retail Trade sector.

### Catalogue

63-002 Department Store Sales and Stocks. M., Bil. 55 pages. First Issue, 1938 (ISSN 0380-7045).

63-004 Department Store Sales by Region. Advance Release. M., Bil. 1 page. First Issue, 1950 (ISSN 0709-8650).

63-005 Retail Trade. M., Bil. Approx. 85 pages. First Issue, 1929 (ISSN 0380-6146).

63-007 New Motor Vehicle Sales. M., Bil. Approx. 25 pages. First Issue, 1932 (ISSN 0705-5595).

63-014 Merchandising Inventories. M., Bil. 30 pages. First Issue, 1972 (ISSN 0380-7177).

63-210 Retail Chain and Department stores. A., Bil. Approx. 100 pages. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

63-213 Vending Machine Operators. A., Bil. 45 pages. First Issue, 1958 (ISSN 0527-6411).

63-218 Direct Selling Canada. A., Bil. 25 pages. First Issue, 1966-67 (ISSN 0590-5702).

63-219 Campus Book Stores. A., Bil. Approx. 35 pages. First Issue, 1968-69 (ISSN 0380-6286).

63-224 Market Research Handbook. A., Bil. 700 pages. First Issue, 1975 (ISSN 0590-9325).

63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)

## CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division de l'industrie.

### Catalogue

63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M., Bil. 55 pages. Premier numéro, 1938 (ISSN 0380-7045).

63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M., Bil. 1 page. Premier numéro, 1950 (ISSN 0709-8650).

63-005 Commerce de détail. M., Bil. Environ 85 pages. Premier numéro, 1929 (ISSN 0380-6146).

63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M., Bil. Environ 25 pages. Premier numéro, 1932 (ISSN 0705-5595).

63-014 Stocks commerciaux. M., Bil. 30 pages. Premier numéro, 1972 (ISSN 0380-7177).

63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A., Bil. Environ 100 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A., Bil. 45 pages. Premier numéro, 1958 (ISSN 0527-6411).

63-218 La vente directe au Canada. A., Bil. 25 pages. Premier numéro, 1966-67 (ISSN 0590-5702).

63-219 Librairies de campus. A., Bil. Environ 35 pages. Premier numéro, 1968-69 (ISSN 0380-6286).

63-224 Recueil statistique des études de marché. A., Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975 (ISSN 0590-9325).

63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)

Operating Results - Retail Trade. O., Bil.  
60 pages. First Issue, 1974.

### Catalogue

63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1981

63-606 Retail Shoe Stores, 1977

63-607 Retail Drug Stores, 1981

63-608 Retail Florists, 1981

63-609 Retail Jewellery Stores, 1981

63-610 Retail Hardware Stores, 1980

63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980

63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A. - Annual Bil. - Bilingual  
O. - Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada \$5.00, Other Countries \$6.00.

Résultats d'exploitation - Commerce de détail.  
H.S., Bil. 60 pages. Premier numéro, 1974.

### Catalogue

63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1981

63-606 Magasins de vente au détail de chaussures,  
1977

63-607 Pharmacies au détail, 1981

63-608 Fleuristes détaillants, 1981

63-609 Bijouteries au détail, 1981

63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie,  
1980

63-611 Magasins de vente au détail de vêtements  
pour dames, 1980

63-612 Magasins de vente au détail de vêtements  
pour la famille, 1980

M. - Mensuel A. - Annuel Bil. - Bilingue  
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Nº 11-204F, prix Canada \$5.00, Autres pays \$6.00.







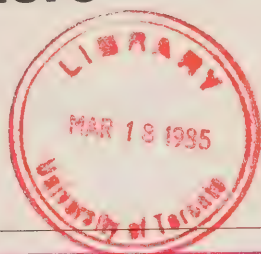






# Department store sales and stocks

December 1985



# Ventes et stocks des grands magasins

Décembre 1985





## Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

## How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,  
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 990-9656) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zénith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913

Northwest Territories  
(area served by  
NorthwestTel Inc.) Call collect 420-2011

## How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)993-7276

Toronto  
Credit card only (973-8018)

## Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordnolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,  
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 990-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (990-8116)	Edmonton (420-3027)
Toronto (973-6586)	Vancouver (666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913

Territoires du Nord-Ouest  
(territoire desservi par la  
NorthwestTel Inc.) Appelez à frais virés au 420-2011

## Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)993-7276

Toronto  
Carte de crédit seulement (973-8018)

**Statistics Canada**

Industry Division  
Retail Trade Section

**Statistique Canada**

Division de l'industrie  
Section du commerce de détail

# Department store sales and stocks

December 1985

# Ventes et stocks des grands magasins

Décembre 1985

Published under the authority of  
the Minister of Supply and  
Services Canada

© Minister of Supply  
and Services Canada 1986

March 1986  
5-3406-503

Price: Canada, \$13.00, \$130.00 a year  
Other Countries, \$14.00, \$140.00 a year

Payment to be made in Canadian funds or equivalent

Catalogue 63-002, Vol. 50, No. 12

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par  
le ministre des Approvisionnements et  
Services Canada

© Ministre des Approvisionnements  
et Services Canada 1986

Mars 1986  
5-3406-503

Prix: Canada, \$13.00, \$130.00 par année  
Autres pays, \$14.00, \$140.00 par année

Paiement en dollars canadiens ou l'équivalent

Catalogue 63-002, vol. 50, n° 12

ISSN 0380-7045

Ottawa

## SYMBOLS

The following symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
  - nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- <sup>r</sup> revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.
- \* The reader is asked to note that the data are either based on a response which falls below the usual standard for publication or have a greater degree of variability than normal associated with them due to list structure changes i.e., birth/death adjustments and classification changes, and should therefore be used with caution.

## NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

## A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2300/17, 2320, 2321), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-990-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- D. Desjardins, Director, Industry Division
- G. Snyder, Associate Director, Distributional Trades Sub-division, Industry Division
- R. Rasia, Chief, Retail Trade Section, Industry Division

## SIGNES CONVENTIONNELS

Les signes suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
  - néant ou zéro.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- <sup>r</sup> nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.
- \* Le lecteur est prié de noter que les données sont fondées sur des réponses qui ne satisfont pas à la norme habituelle exigée pour la publication ou que celles-ci ont une plus grande marge d'inconsistance que l'on devrait normalement obtenir, et ce, à cause de la structure de la liste, c'est-à-dire des ajustements dus aux créations et aux disparitions et des changements dans le classement; elles doivent par conséquent être utilisées avec circonspection.

## NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

## NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2300/17, 2320, 2321), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-990-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- D. Desjardins, directeur, Division de l'industrie
- G. Snyder, directeur associé, Sous-division du commerce de la distribution, Division de l'industrie
- R. Rasia, chef, Section du commerce de détail, Division de l'industrie

## TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	vii

### Charts

1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	viii
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	viii
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1983-1985	ix
4. Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1983-1985	x
5. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Canada, 1983-1985	x
6. Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xi

Highlights	xiii
------------	------

### Table

1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985	2
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	8

## TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	vii

### Graphiques

1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1983-1985	viii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1983-1985	viii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1983-1985	ix
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1983-1985	x
5. Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	x
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations	xi

Points saillants	xiii
------------------	------

### Tableau

1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	2
2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1984 et 1985	4
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1984 et 1985	6
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	6
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	8
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	8



## TABLE OF CONTENTS - Continued

Table	Page
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	19
17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	19
18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	20
19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	20
20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	21
21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	21

## TABLE DES MATIÈRES - suite

Tableau	Page
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	10
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	10
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1984 et 1985	12
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	12
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	14
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	14
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	16
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	16
15. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	18
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1984 et 1985	19
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	19
18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	20
19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	20
20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	21
21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	21



## TABLE OF CONTENTS - Concluded

Table	Page
22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1983-1985	22
23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1983-1985	23
24. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1984 and 1985	24
25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985	26
26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985	28
27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, 1984 and 1985	30
28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1983-1985	32
29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	32
30. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1983-1985	33
31. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1985 and 1986	34

## Appendix

I. Definitions	39
II. Methodology	41
III. Data Reliability	43
IV. Seasonal Adjustment	47
Revision Procedures	49
Constant Dollar Estimates	49
Number of Shopping Days	50
V. Data Confidentiality	51
Explanatory Notes	51
VI. List of Department Store Organizations	53

Selected Publications

## TABLE DES MATIÈRES - fin

Tableau	Page
22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1983-1985	22
23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1983-1985	23
24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	24
25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1984 et 1985	26
26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	28
27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	30
28. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	32
29. Comptes à recevoir, désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	32
30. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1983-1985	33
31. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1985 et 1986	34

## Appendice

I. Définitions	39
II. Méthodologie	41
III. Fiabilité des données	43
IV. Désaisonnalisation	47
Procédures de révision	49
Estimations en dollar constants	49
Nombre de jours commerciaux	50
V. Confidentialité des données	51
Notes explicatives	51
VI. Liste des organisations de grands magasins	53

Choix de publications



## INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division (formerly Merchandising and Services Division), to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie, (anciennement Division du commerce et des services). (Le recensement mesure également les activités des "établissements", toutefois cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Chart — 1

Graphique — 1

# Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1983-1985

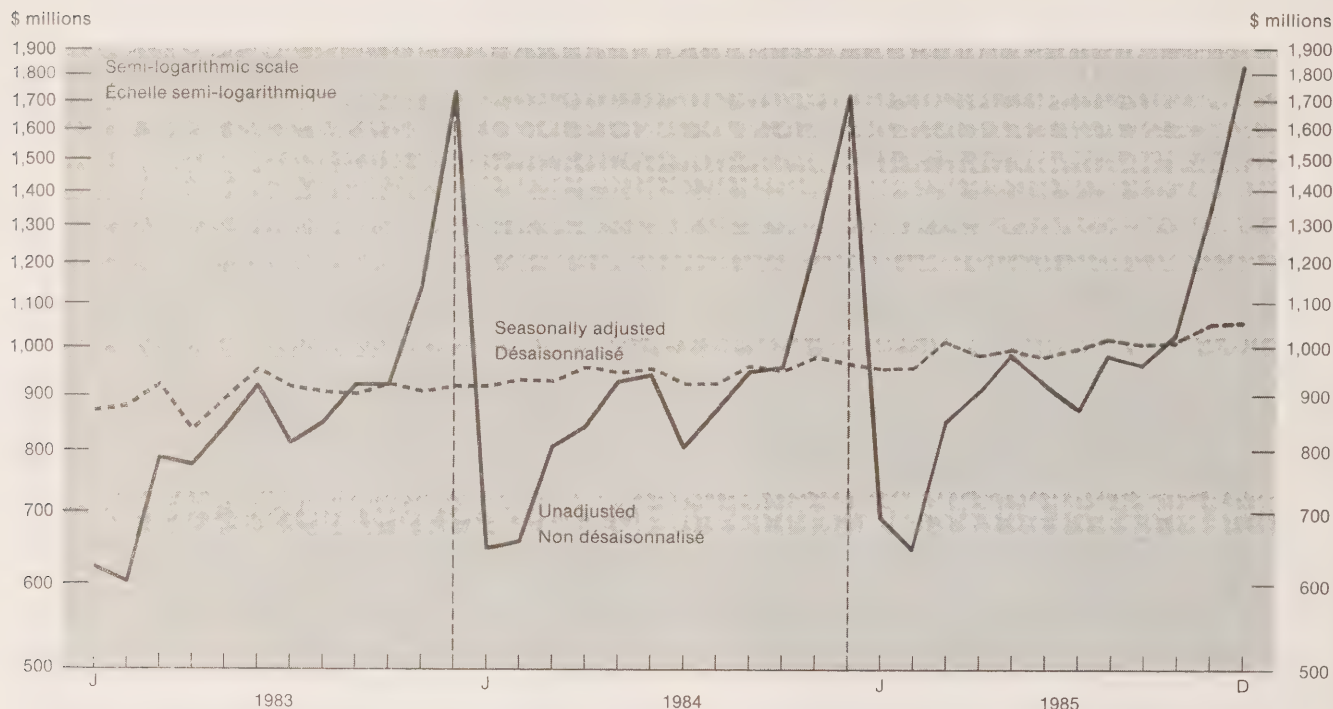
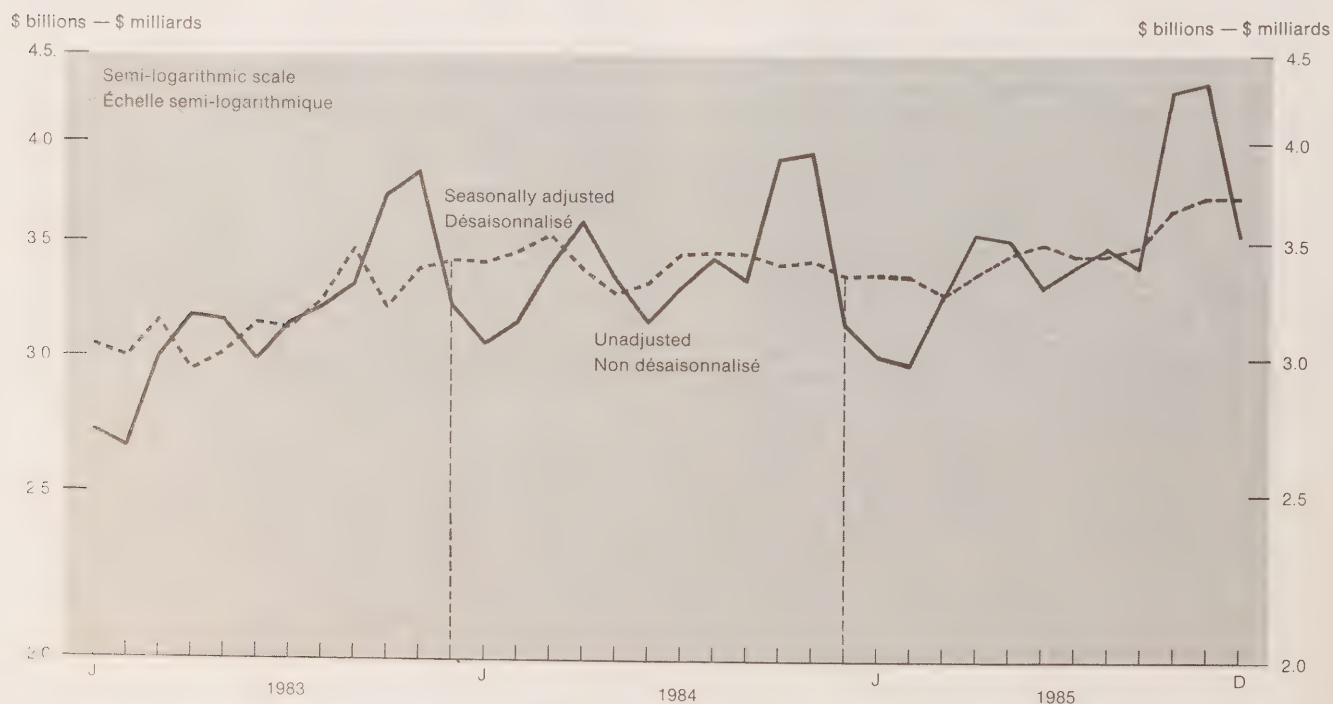


Chart — 2

Graphique — 2

# Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1983-1985



## Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1983-1985

## Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1983-1985

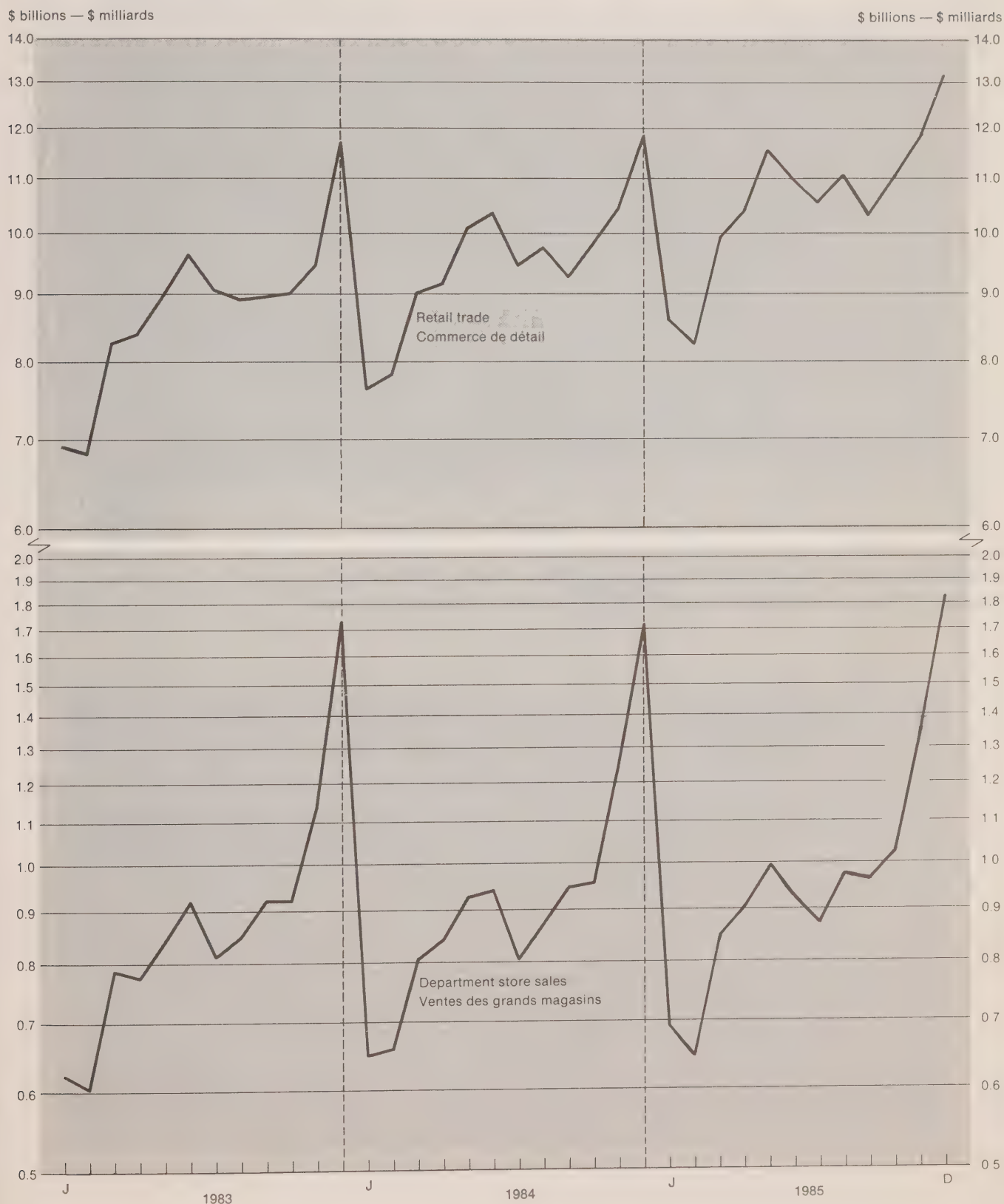




Chart — 4

Graphique — 4

## Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1983-1985

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1983-1985

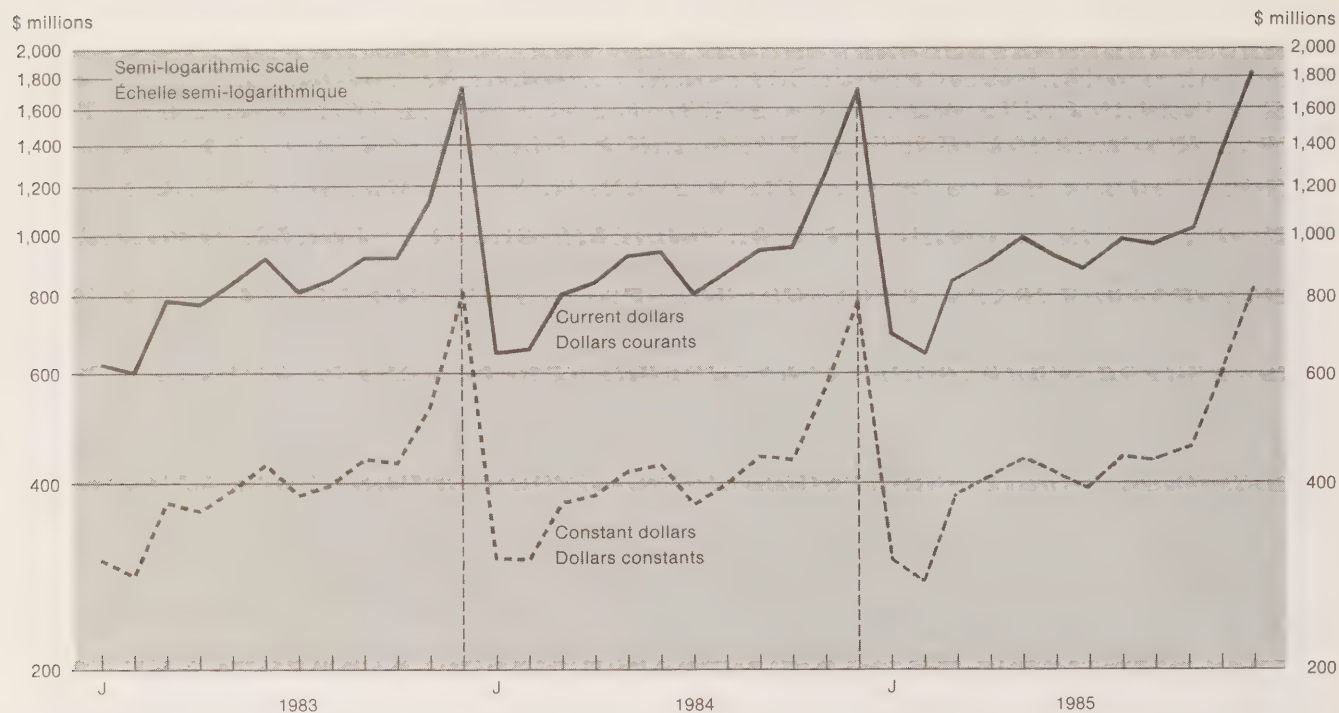
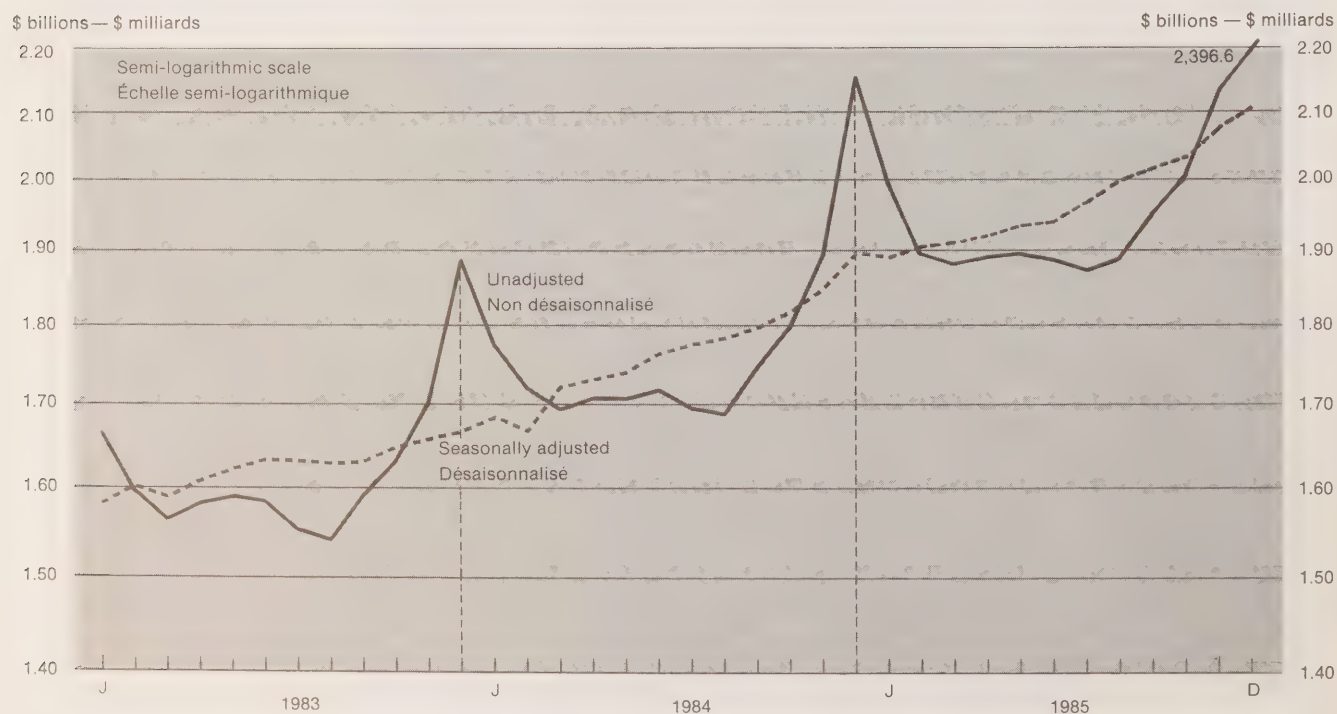


Chart — 5

Graphique — 5

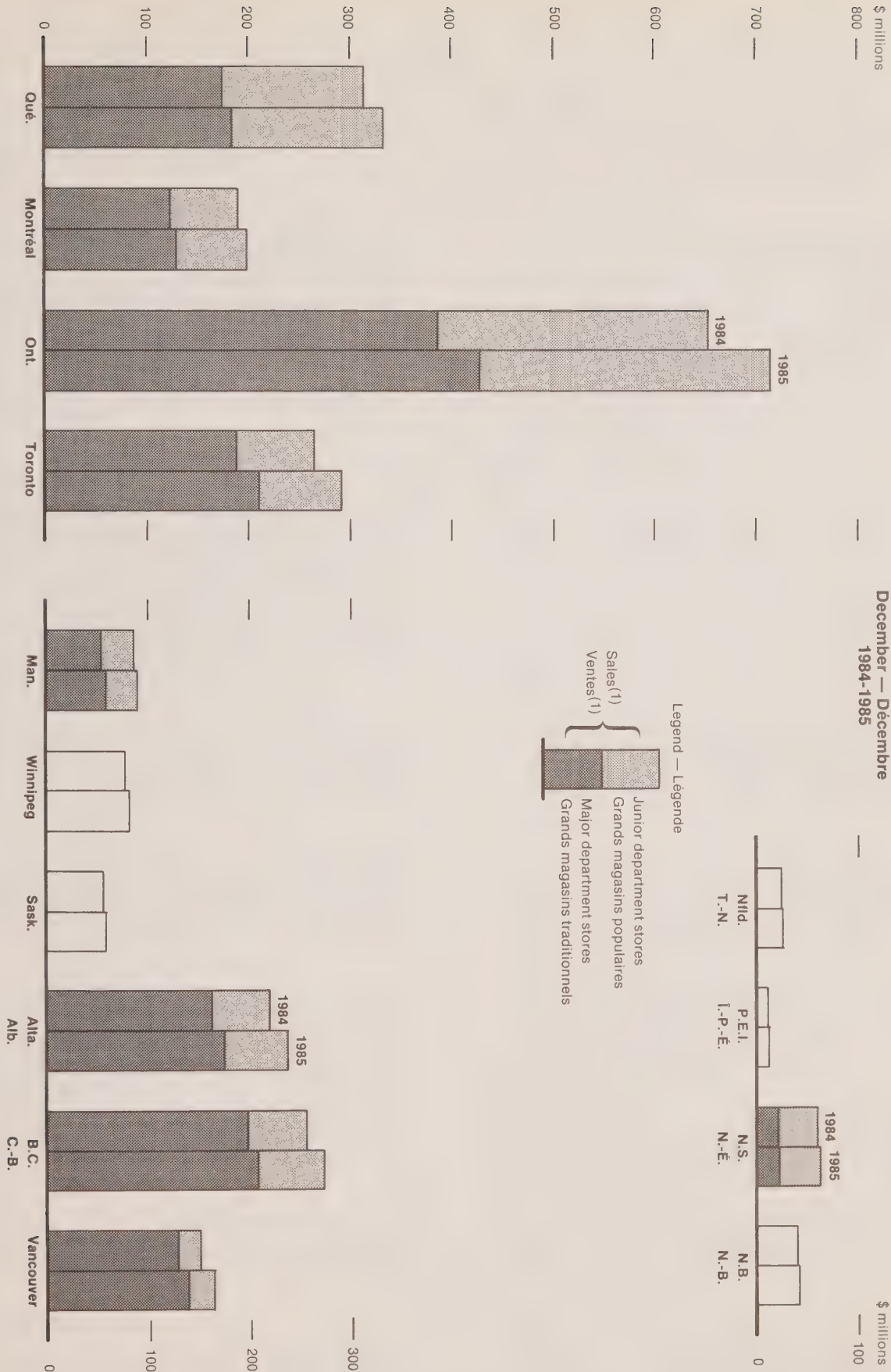
## Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1983-1985

Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985



Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization

Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations



(1) For reasons of confidentiality, the split between the two groups (Major — Junior) is not shown for some regions.

(1) Pour des raisons de confidentialité, nous ne montrons pas, pour certaines régions, la subdivision en deux groupes (Traditionnels — Populaires).



## HIGHLIGHTS

### Analysis of Monthly and Quarterly Data

#### Seasonally Adjusted Sales

- o Adjusted for seasonal fluctuations, holidays and the number of trading days, total department store sales in December 1985, increased by 0.1% to \$1,047.4 million from the revised November 1985 level of \$1,046.9 million. Among the 22 departments recording higher sales, the most notable increases were reported in furs (+20.3%), hardware, paints, wallpaper, etc. (+9.9%) and millinery (+7.7%). The largest decreases were registered by piece goods (-13.9%), women's and misses' coats and suits (-13.1%) and gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies (-12.8%).

#### Unadjusted Sales

- o Department stores in Canada reported unadjusted sales totalling \$1,835.4 million in December 1985, up 7.0% from the December 1984 level. Sales were higher in 30 of the 40 departments for which information is compiled, with the largest increases reported in hardware, paints, wallpaper, etc. (+43.1%), furs (+39.3%) and floor coverings (+19.9%). The most notable decreases were recorded for piece goods (-20.3%), lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings (-8.1%) and photographic equipment and supplies (-5.0%).
- o All provinces posted gains in December 1985 over the corresponding month in 1984, with increases ranging from 9.3% in Ontario to 0.9% in New Brunswick. Sales also rose in all of the ten metropolitan areas surveyed, with increases ranging from 11.9% in Hamilton to 2.6% in Québec City.
- o Sales by major department stores in December 1985 reached \$1,125.2 million, up 7.2% from the corresponding month a year earlier, while junior department stores had sales of \$710.2 million, up 6.5% over the same period last year.
- o In December 1985, there were 801 retail locations operated by department store organizations, unchanged from the number reported in November 1985 and in December 1984. Of this total number, 319 locations were operated by major department store organizations and 482 by junior department store organizations.
- o Cumulative unadjusted sales of all department stores for the fourth quarter of 1985 reached \$4,227.8 million, 7.7% higher than the \$3,927.1 million reported in 1984.
- o In December 1985, total department store sales constituted 13.9% of all retail sales in Canada, a slight decrease from the 14.4% share held in December 1984.

#### Constant Dollar Estimates

- o Department store sales, deflated with an implicit price index (223.5), increased by 4.3% over the same month a year earlier and totalled \$821.2 million in 1971 constant dollars.

## POINTS SAILLANTS

### Analyse des données mensuelles et trimestrielles

#### Ventes désaisonnalisées

- o Les ventes des grands magasins, corrigées en fonction des variations saisonnières et du nombre de journées d'affaires, ont augmenté de 0.1% en décembre 1985, en regard du mois de novembre 1985 (\$1,046.9 millions - chiffre révisé) pour s'établir à \$1,047.4 millions. Des 22 rayons qui ont connu des hausses des ventes, on a constaté les augmentations les plus marquées dans les rayons de fourrures (+20.3%), de quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. (+9.9%) et de chapeaux (+7.7%). Par contre, les plus fortes baisses des ventes ont été observées dans les rayons de tissus à la pièce (-13.9%), de manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles (-13.1%) et d'essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures (-12.8%).

#### Ventes non désaisonnalisées

- o Les ventes des grands magasins, sans ajustements saisonniers, ont totalisé \$1,835.4 millions en décembre 1985, soit 7.0% de plus qu'en décembre 1984. Des 40 rayons pour lesquels on recueille des données, 30 ont indiqué des hausses. Les augmentations les plus fortes ont été enregistrées dans les rayons de quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. (+43.1%), de fourrures (+39.3%) et de revêtements de plancher (+19.9%). Les baisses les plus notables ont été signalées dans les rayons de tissus à la pièce (-20.3%), de lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison (-8.1%) et d'appareils et fournitures photographiques (-5.0%).
- o Les ventes des grands magasins ont progressé, dans toutes les provinces, en décembre 1985 comparativement au même mois l'an dernier, les gains s'échelonnant de 9.3% en Ontario à 0.9% au Nouveau-Brunswick. Les dix régions métropolitaines visées par l'enquête ont rapporté des ventes accrues, les gains s'échelonnant de 11.9% à Hamilton à 2.6% dans la Ville de Québec.
- o Les ventes des grands magasins traditionnels, en décembre 1985, se sont chiffrées à \$1,125.2 millions, soit une hausse de 7.2% par rapport aux ventes enregistrées à pareille date l'an dernier. Les grands magasins populaires ont, quant à eux, indiqué des ventes s'élevant à \$710.2 millions, ce qui représente un gain de 6.5% en regard du mois de décembre de l'année dernière.
- o En décembre 1985, on a dénombré un total de 801 points de vente au détail exploités par les sociétés de grands magasins, soit le même nombre qu'en novembre 1985 et en décembre 1984. De ce total, 319 ont été exploités par les sociétés de grands magasins traditionnels et 482 par les sociétés de grands magasins populaires.
- o Les ventes cumulatives, non désaisonnalisées, pour l'ensemble des grands magasins, ont atteint \$4,227.8 millions au cours du quatrième trimestre de 1985, soit 7.7% de plus qu'au cours de la période correspondante en 1984 (\$3,927.1 millions).
- o En décembre 1985, les ventes totales des grands magasins ont représenté 13.9% de l'ensemble des ventes au détail au Canada, un léger recul par rapport à la part de 14.4% détenue en décembre 1984.

#### Estimations en dollars constants

- o Dégonflées à l'aide d'un indice implicite des prix (223.5), les ventes des grands magasins se sont accrues de 4.3% par rapport au mois correspondant l'an passé et ont totalisé \$821.2 millions en dollars constants de 1971.



## Stocks

- o The unadjusted selling value of inventories held by department stores in December 1985 was \$3,536.6 million, up 12.7% from December 1984. Seasonally adjusted department store stocks totalled \$3,718.5 million, virtually unchanged from the November 1985 revised value of \$3,718.4 million.

## Accounts Receivable

- o The total value of accounts receivable of all department store organizations in December 1985 amounted to \$2,396.6 million, up 12.1% from the \$2,138.3 million recorded in November 1985.

## Analysis of Annual Data (Preliminary Estimates for 1985)

- o Department stores, the fourth most important component of retail trade in Canada according to the kind of business classification, registered increased sales of 5.9% in 1985 when compared to last year. Total sales for the twelve months reached \$12,056.7 million. Among the 40 departments surveyed, 33 departments reported increased sales over 1984 with major advances recorded in hardware, paints, wallpaper, etc. (+23.7%), furs (+14.9%) and jewellery (+13.7%), while gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies (-9.8%), piece goods (-9.0%) and plumbing, heating and building materials (-8.4%) had the most notable declines.
- o Sales by major department store organizations, totalling \$7,484.3 million for the year 1985, were 4.2% higher than in 1984, while junior department store organizations had a sales increase of 8.7% and reached \$4,572.4 million. As a proportion of total department stores sales, major department store organizations represented 62.1% of sales, while junior department store organizations had 37.9% of total sales. Last year the percentages were 63.1% and 36.9% respectively.
- o At the provincial level, when compared to last year, total department store sales rose in all provinces with increases ranging from 9.3% in Nova Scotia to 2.0% in New Brunswick. Sales also advanced in the 10 metropolitan areas surveyed, ranging from 12.8% in Halifax-Dartmouth to 2.8% in Winnipeg.
- o The market share of department stores' sales to total retail trade in Canada was 9.4% in 1985, down from the 9.8% recorded in 1984.

## Constant Dollar Estimates

- o Total department store sales, in 1971 constant dollars, were 3.6% higher in 1985 than in 1984 and totalled \$5,390.3 million.

## Stocks

- o La valeur marchande, non désaisonnalisée, des stocks détenus en décembre 1985, a haussé de 12.7% par rapport au mois correspondant l'année dernière, pour s'établir à \$3,536.6 millions. La valeur désaisonnalisée des stocks est, quant à elle, demeurée presque inchangée par rapport au mois précédent (\$3,718.4 millions - chiffre révisé) et s'est élevée à \$3,718.5 millions.

## Comptes à recevoir

- o En décembre 1985, la valeur totale des créances à recouvrer par les sociétés de grands magasins s'est chiffrée à \$2,396.6 millions, soit 12.1% de plus que la valeur enregistrée en novembre 1985 (\$2,138.3 millions).

## Analyse des données annuelles (Estimations préliminaires pour 1985)

- o Les grands magasins, la quatrième plus importante composante du commerce de détail au Canada d'après la classification par genre de commerce, ont enregistré une augmentation des ventes de 5.9% en 1985 par rapport à l'an dernier. Le total des ventes pour les douze mois de 1985 a atteint \$12,056.7 millions. Des 40 rayons enquêtés, 33 ont déclaré des hausses des ventes par rapport à 1984, parmi lesquels les rayons de quincaillerie, peinture, papier-tecture etc., (+23.7%), de fourrures (+14.9%) et de bijouterie (+13.7%) ont indiqué les plus fortes augmentations tandis que les rayons d'essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures (-9.8%), de tissus à la pièce (-9.0%) et de matériel de plomberie, chauffage et construction (-8.4%) ont signalé les baisses les plus notables.
- o Les ventes des sociétés de grands magasins traditionnels pour 1985 ont été de 4.2% supérieures à celles de 1984 et se sont chiffrées à \$7,484.3 millions tandis que celles enregistrées par les sociétés de grands magasins populaires se sont accrues de 8.7% pour atteindre \$4,572.4 millions. Par rapport à l'ensemble des ventes des grands magasins, les sociétés de grands magasins traditionnels ont représenté à elles seules 62.1% du total tandis que les sociétés de grands magasins populaires ont accaparé 37.9%. L'année antérieure, les pourcentages respectifs étaient de 63.1% et de 36.9%.
- o Au niveau provincial, comparativement à l'an dernier, toutes les provinces ont enregistré des accroissements des ventes par les grands magasins, les hausses variant de 9.3% en Nouvelle-Écosse à 2.0% au Nouveau-Brunswick. Les ventes se sont également accrues dans les 10 régions métropolitaines enquêtées, les augmentations s'échelonnant de 12.8% à Halifax-Dartmouth à 2.8% à Winnipeg.
- o En 1985, la part des ventes des grands magasins dans le commerce de détail s'est chiffrée à 9.4%, soit un léger recul par rapport au 9.8% enregistré en 1984.

## Estimations en dollars constants

- o Le total des ventes des grands magasins, en dollars constants de 1971, a été de 3.6% supérieur en 1985 au total de 1984 et s'est élevé à \$5,390.3 millions.



STATISTICAL TABLES

TABLEAUX STATISTIQUES

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985

Department	1985						
	January	February	March	April	May	June	July
No.	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
	thousands of dollars						
	milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,867	10,054	15,827	18,842	25,147	19,332	17,248
2 Women's and misses' coats and suits	13,162	12,112	21,186	17,185	10,924	7,916	7,073
3 Women's and misses' sportswear	33,141	38,002	55,553	58,259	71,734	58,577	52,421
4 Furs	5,127	3,539	1,705	1,236	386	563	1,197
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	18,380	18,267	23,097	24,333	23,718	22,528	21,846
6 Girls' and teenage girls' wear	8,774	9,727	18,744	17,933	18,241	13,813	13,676
7 Lingerie and women's sleepwear	11,844	12,085	15,449	16,045	20,143	16,948	18,156
8 Intimate apparel	9,077	7,928	11,305	11,711	12,584	11,902	11,454
9 Millinery	1,560	1,069	1,179	1,457	1,348	1,149	1,193
10 Women's and girls' hosiery	8,561	7,590	10,813	11,389	11,574	9,495	7,170
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	10,182	9,180	13,746	14,434	16,863	13,197	10,788
12 Women's, misses' and children's footwear	15,387	14,277	24,925	28,338	29,441	23,583	21,099
13 Men's clothing	23,420	23,040	35,906	37,181	38,631	43,374	29,627
14 Men's furnishings	26,318	26,319	39,157	40,122	48,048	56,685	41,988
15 Boys' clothing and furnishings	7,730	7,373	12,535	13,766	13,260	11,846	10,903
16 Men's and boys' footwear	10,677	9,187	16,026	17,360	18,483	18,244	15,187
17 Food and kindred products	51,900	61,856	56,138	63,290	64,008	55,109	50,102
18 Toiletries, cosmetics and drugs	44,181	43,798	50,385	49,880	54,188	51,749	49,399
19 Photographic equipment and supplies	8,696	7,143	9,237	9,744	10,591	13,073	12,362
20 Piece goods	2,809	3,130	4,149	3,304	4,032	3,203	3,124
21 Linens and domestics	31,393	18,082	24,667	24,800	29,360	28,945	31,758
22 Smallwares and notions	9,272	7,386	8,651	7,700	7,483	7,084	7,350
23 China and glassware	7,208	7,887	10,144	9,676	13,474	10,494	10,455
24 Floor coverings	8,851	9,143	11,711	12,475	13,137	12,748	14,385
25 Draperies, curtains and furniture coverings	9,904	9,771	13,429	14,418	16,327	15,489	16,232
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	5,569	4,787	6,403	7,095	6,408	6,341	7,392
27 Furniture	42,715	32,951	45,260	48,996	49,727	50,180	54,593
28 Major appliances	39,936	32,286	41,867	42,455	45,442	45,854	52,979
29 Television, radio and music	32,827	29,117	37,678	35,057	29,059	32,174	33,653
30 Housewares and small electrical appliances	25,526	26,051	26,031	28,339	32,284	32,130	32,496
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	20,892	16,554	22,570	34,262	47,424	40,646	35,819
32 Plumbing, heating and building materials	6,876	5,756	7,315	9,598	11,487	10,014	11,537
33 Jewellery	10,829	12,325	18,174	19,441	24,284	20,432	18,371
34 Toys and games	12,547	13,054	18,893	20,478	18,223	19,636	20,216
35 Sporting goods and luggage	18,858	16,132	20,308	26,535	32,932	32,851	29,996
36 Stationery, books and magazines	22,137	21,397	24,734	24,307	26,250	25,556	22,763
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	11,902	10,041	11,563	14,331	15,342	15,181	14,155
38 Meals and lunches	19,374	17,630	21,869	20,788	21,308	20,882	20,359
39 Repairs and services	10,898	9,123	11,565	10,986	12,149	11,859	11,141
40 All other departments	24,801	21,916	29,183	33,858	45,181	37,375	33,991
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	692,108	647,065	849,077	901,404	990,625	928,157	875,654

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1985					1984	Change December 1985/1984	Rayon	Nº
August	September	October	November	December	December	Variation décembre 1985/1984		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre			
thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
17,824	16,777	18,250	21,852	25,551	22,831	+11.9	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
16,211	21,679	27,951	33,973	22,976	23,182	-0.9	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
60,921	69,204	67,606	71,429	89,466	78,205	+14.4	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
2,445	3,942	5,992	9,389	10,880	7,811	+39.3	Fourrures	4
28,488	25,895	28,833	31,969	39,934	36,901	+8.2	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
30,126	17,091	16,734	24,947	27,170	23,697	+14.7	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
16,108	16,609	18,673	29,003	49,659	48,995	+1.4	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
11,992	12,696	11,112	11,891	15,657	15,153	+3.3	Sous-vêtements	8
1,573	2,107	2,790	3,704	4,364	4,013	+8.7	Chapeaux	9
8,903	12,148	12,033	13,686	18,182	16,253	+11.9	Bas pour dames et fillettes	10
12,966	17,429	20,417	33,118	45,546	41,120	+10.8	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
26,123	30,827	31,191	40,738	31,977	32,200	-0.7	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
36,896	42,783	43,621	67,416	85,918	81,772	+5.1	Vêtements pour hommes	13
42,831	47,670	47,483	80,078	132,291	118,770	+11.4	Articles d'habillement pour hommes	14
24,794	12,921	14,279	19,517	26,835	24,605	+9.1	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
16,557	18,272	17,478	25,649	26,822	26,104	+2.8	Chaussures pour hommes et garçons	16
62,110	52,306	58,969	77,525	87,941	86,944	+1.1	Produits alimentaires et connexes	17
53,736	49,539	57,967	75,921	139,384	126,980	+9.8	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
13,960	10,316	10,995	14,520	28,086	29,572	-5.0	Appareils et fournitures photographiques	19
3,711	3,892	4,229	4,493	2,872	3,605	-20.3	Tissus à la pièce	20
34,275	33,504	32,613	39,131	53,221	46,184	+15.2	Literie et linge de maison	21
7,574	10,412	9,152	10,354	12,752	12,761	-0.1	Menus articles	22
10,324	12,470	10,619	20,486	38,831	37,306	+4.1	Porcelaine et verrerie	23
13,693	14,288	17,025	20,583	14,322	11,948	+19.9	Revêtements de plancher	24
15,231	15,132	16,703	17,708	17,968	17,044	+5.4	Tentures, rideaux et housses	25
8,030	8,085	9,068	12,522	18,892	20,568	-8.1	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
45,912	50,179	57,885	54,742	49,262	43,200	+14.0	Meubles	27
48,418	49,799	55,077	60,095	63,094	54,816	+15.1	Gros appareils ménagers	28
47,884	49,269	45,060	56,012	88,001	89,000	-1.1	Téléviseurs, radios et musique	29
36,452	33,206	36,680	51,055	84,795	80,759	+5.0	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
30,762	26,269	31,745	38,815	50,695	35,435	+43.1	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
9,288	9,065	10,722	11,279	12,436	11,442	+8.7	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
19,805	22,442	20,799	36,584	78,397	67,633	+15.9	Bijouterie	33
21,322	19,491	30,774	63,602	92,319	91,424	+1.0	Jouets et jeux	34
25,082	21,371	20,852	29,216	49,620	47,844	+3.7	Articles de sport et valises	35
35,805	33,336	23,784	44,462	72,537	74,184	-2.2	Papeterie, livres et revues	36
13,427	13,427	19,842	25,177	21,253	21,877	-2.9	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
22,246	20,563	22,738	26,313	33,312	32,636	+2.1	Repas et casse-croûtes	38
11,305	11,047	13,415	16,564	15,188	13,683	+11.0	Services et travaux de réparation	39
34,835	27,385	31,097	34,659	57,012	57,324	-0.5	Tous autres rayons	40
979,945	964,843	1,032,253	1,360,177	1,835,418	1,715,781	+7.0	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985

		1985						
Department		January	February	March	April	May	June	July
No.		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	16,279	15,795	17,758	17,242	19,103	16,836	18,297
2	Women's and misses' coats and suits	16,443	16,891	19,946	17,202	18,173	18,133	16,572
3	Women's and misses' sportswear	54,938	55,909	59,245	58,951	63,424	57,997	60,950
4	Furs	3,164	3,111	2,555	4,820	2,245	3,361	3,204
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	24,881	25,953	25,999	24,552	25,081	25,026	25,460
6	Girls' and teenage girls' wear	17,218	15,735	19,400	17,879	18,534	15,676	18,361
7	Lingerie and women's sleepwear	20,356	19,788	20,443	19,720	20,505	19,111	22,152
8	Intimate apparel	11,360	11,190	11,745	11,584	11,652	11,270	11,907
9	Millinery	1,974	1,917	1,949	1,978	2,004	1,936	1,996
10	Women's and girls' hosiery	10,653	10,544	11,216	10,834	11,118	11,177	11,083
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	17,288	17,260	17,785	17,042	17,742	17,021	17,176
12	Women's, misses' and children's footwear	25,658	25,496	26,839	26,192	27,405	24,683	27,859
13	Men's clothing	38,231	39,618	40,519	40,743	42,553	42,742	43,490
14	Men's furnishings	47,824	48,841	52,864	50,736	54,850	51,201	53,903
15	Boys' clothing and furnishings	14,071	13,853	14,660	13,815	14,112	13,927	14,569
16	Men's and boys' footwear	17,615	15,993	18,771	16,538	17,043	16,890	18,471
17	Food and kindred products	61,438	62,596	62,967	62,276	61,521	63,285	59,093
18	Toiletries, cosmetics and drugs	56,885	58,066	58,495	57,753	59,191	60,087	58,637
19	Photographic equipment and supplies	12,556	11,919	12,566	12,729	12,309	12,818	12,615
20	Piece goods	3,360	3,713	3,817	3,516	3,873	3,670	3,733
21	Linens and domestics	29,407	30,819	31,873	30,750	31,003	30,175	30,209
22	Smallwares and notions	8,670	8,923	9,340	8,945	9,223	9,295	8,872
23	China and glassware	12,588	12,669	13,280	13,536	13,439	13,687	13,000
24	Floor coverings	10,566	11,628	11,900	12,229	13,151	13,171	13,463
25	Draperies, curtains and furniture coverings	13,993	14,220	14,409	14,007	14,637	14,582	15,008
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7,585	7,882	8,215	8,682	7,783	8,341	8,434
27	Furniture	45,164	45,043	48,178	50,116	44,991	46,870	45,152
28	Major appliances	44,538	45,415	46,768	46,833	45,358	43,742	45,972
29	Television, radio and music	39,940	42,429	43,009	43,394	37,924	43,366	40,406
30	Housewares and small electrical appliances	36,843	35,867	36,644	34,901	34,652	35,060	36,005
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	29,058	26,480	28,516	32,688	33,677	33,102	35,345
32	Plumbing, heating and building materials	9,483	8,794	9,358	9,095	9,139	8,369	9,771
33	Jewellery	22,559	22,962	24,811	24,990	25,308	24,294	24,492
34	Toys and games	31,623	30,273	32,068	30,796	30,124	31,909	31,140
35	Sporting goods and luggage	27,258	28,226	27,382	27,220	26,866	26,201	26,282
36	Stationery, books and magazines	31,571	31,127	32,423	31,644	31,612	31,783	29,876
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	14,318	14,487	14,300	14,330	14,519	14,932	14,715
38	Meals and lunches	21,966	22,022	22,816	22,349	22,196	22,250	21,770
39	Repairs and services	12,324	11,202	11,876	11,612	12,206	12,396	12,561
40	All other departments	34,387	33,577	34,586	33,467	34,211	34,096	36,365
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	956,034	958,235	1,001,292	987,684	994,457	984,468	998,366

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1985					1984	Change December/November 1985	Rayon	N°
August	September	October	November <sup>T</sup>	December <sup>P</sup>	December	Variation décembre/novembre 1985		
Août	Septembre	Octobre	Novembre <sup>T</sup>	Décembre <sup>P</sup>	Décembre			
thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
17,486	17,705	18,554	19,812	18,805	16,012	-5.1	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
15,698	18,252	17,208	19,517	16,953	16,572	-13.1	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
60,880	59,512	64,150	61,792	63,243	54,511	+2.3	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
4,055	4,289	3,725	3,908	4,702	3,331	+20.3	Fourrures	4
25,366	25,267	25,859	26,735	26,563	24,467	-0.6	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
18,810	16,579	18,079	19,319	18,865	16,047	-2.3	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
19,918	18,924	19,544	19,986	20,732	20,071	+3.7	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
11,917	12,133	11,893	11,576	11,671	11,092	+0.8	Sous-vêtements	8
2,458	2,269	2,049	1,752	1,886	1,680	+7.7	Chapeaux	9
10,974	10,676	10,774	11,246	11,449	10,290	+1.8	Bas pour dames et fillettes	10
17,287	17,510	18,614	19,901	19,059	17,143	-4.2	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
25,971	25,695	26,056	29,385	25,729	25,317	-12.4	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
43,572	41,605	42,019	43,860	43,651	41,999	-0.5	Vêtements pour hommes	13
54,171	52,803	52,486	54,028	53,968	47,510	-0.1	Articles d'habillement pour hommes	14
15,731	13,992	14,834	15,246	15,196	13,674	-0.3	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
17,654	17,510	17,302	18,267	17,671	16,975	-3.3	Chaussures pour hommes et garçons	16
60,827	61,387	61,128	62,224	63,389	63,684	+1.9	Produits alimentaires et connexes	17
59,612	59,091	60,876	62,526	63,218	57,555	+1.1	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
12,959	11,819	12,270	12,068	12,518	12,857	+3.7	Appareils et fournitures photographiques	19
3,595	3,582	3,517	3,495	3,009	3,629	-13.9	Tissus à la pièce	20
32,806	31,211	32,497	34,401	34,170	29,597	-0.7	Literie et linge de maison	21
8,843	8,761	8,110	8,457	8,723	8,762	+3.2	Menus articles	22
13,225	14,158	11,954	13,880	14,545	13,907	+4.8	Porcelaine et verrerie	23
14,090	14,092	13,997	15,860	14,496	12,068	-8.6	Revêtements de plancher	24
15,198	15,152	15,306	14,985	15,547	14,833	+3.7	Tentures, rideaux et housses	25
8,852	8,668	8,836	8,537	8,543	8,949	+0.1	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
47,090	51,117	52,833	51,833	51,655	45,024	-0.3	Meubles	27
47,577	48,378	49,494	52,515	54,110	50,116	+3.0	Gros appareils ménagers	28
51,221	43,744	42,577	42,651	44,018	44,107	+3.2	Téléviseurs, radios et musique	29
38,634	37,578	36,956	38,920	39,134	36,971	+0.6	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
32,938	32,288	31,273	35,696	39,226	26,309	+9.9	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
9,349	9,856	9,651	10,381	10,757	10,763	+3.6	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
24,772	24,610	25,065	26,810	27,099	22,753	+1.1	Bijouterie	33
32,291	30,864	29,408	28,731	28,052	26,188	-2.4	Jouets et jeux	34
26,641	27,003	27,499	27,755	27,719	25,640	-0.1	Articles de sport et valises	35
32,471	32,304	29,527	32,173	31,674	31,347	-1.6	Papeterie, livres et revues	36
13,799	16,215	16,224	18,738	16,347	16,567	-12.8	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
22,178	22,224	22,518	22,478	22,708	22,237	+1.0	Repas et casse-croûtes	38
12,366	12,198	12,285	12,217	12,223	11,044	+0.1	Services et travaux de réparation	39
36,764	33,803	33,730	33,245	34,413	34,397	+3.5	Tous autres rayons	40
1,020,045	1,004,821	1,010,676	1,046,907	1,047,436	965,994	+0.1	TOTAL, TOUS RAYONS	41



TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

Province	1985						
	January	February	March	April	May	June	July
No.	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
	thousands of dollars - milliers de dollars						
1 Newfoundland	6,952	7,096	9,731	10,888	12,108	11,545	10,794
2 Prince Edward Island	4,074	3,852	4,567	5,274	5,531	5,837	6,595
3 Nova Scotia	18,630	18,740	25,876	28,657	31,526	31,991	28,983
4 New Brunswick	13,276	12,894	18,127	19,339	21,776	20,529	18,852
5 Quebec	130,436	121,067	160,174	175,359	199,264	176,088	164,993
6 Ontario	248,605	230,686	304,119	329,678	358,424	344,864	322,440
7 Manitoba	34,415	33,067	46,213	48,619	51,033	47,723	45,315
8 Saskatchewan	22,137	20,906	27,964	29,300	31,499	28,559	28,281
9 Alberta	97,925	91,754	117,811	117,594	131,665	119,766	115,381
10 British Columbia	115,658	107,002	134,497	136,697	147,799	141,256	134,021
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-	-
12 CANADA	692,108	647,065	849,077	901,404	990,625	928,157	875,654

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

Selected metropolitan areas	1985						
	January	February	March	April	May	June	July
No.	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
	thousands of dollars - milliers de dollars						
1 Calgary	37,702	35,612	45,068	44,971	50,471	46,784	44,364
2 Edmonton	44,148	40,891	52,733	52,316	59,076	53,206	51,338
3 Halifax-Dartmouth	11,130	10,743	14,671	15,563	17,662	17,965	16,045
4 Hamilton	19,486	16,635	21,422	24,210	26,387	24,478	23,652
5 Montréal	78,812	73,022	94,865	102,956	115,914	103,375	93,809
6 Ottawa-Hull	30,661	27,879	37,643	38,845	45,490	39,575	38,505
7 Quebec City	18,428	16,465	21,969	23,695	28,547	24,955	24,004
8 Toronto	99,553	95,090	125,686	130,664	139,376	138,949	124,716
9 Vancouver	70,220	64,386	80,280	80,174	87,331	84,774	77,798
10 Winnipeg	31,341	29,981	41,482	43,706	46,154	42,837	41,069

TABLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1984 et 1985

1985					1984	Change December 1985/1984	Province	No
August	September	October	November	December	December	Variation décembre 1985/1984		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre			
thousands of dollars - milliers de dollars								
12,654	11,290	13,196	17,763	24,101	23,157	+4.1	Terre-Neuve	1
6,559	5,012	6,301	7,623	10,898	10,707	+1.8	Île-du-Prince-Édouard	2
32,191	29,139	33,547	47,747	63,291	61,171	+3.5	Nouvelle-Écosse	3
21,391	19,570	21,996	31,639	41,353	40,972	+0.9	Nouveau-Brunswick	4
190,292	179,505	200,483	246,196	331,003	311,798	+6.2	Québec	5
357,963	350,990	387,148	532,619	713,092	652,243	+9.3	Ontario	6
50,957	50,634	50,329	66,545	89,379	85,871	+4.1	Manitoba	7
31,460	30,531	30,529	43,466	56,369	53,485	+5.4	Saskatchewan	8
129,117	134,799	135,332	173,073	234,218	218,029	+7.4	Alberta	9
147,360	153,372	153,392	193,506	271,713	253,420	+7.2	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	-	4,928	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
<b>979,945</b>	<b>964,843</b>	<b>1,032,253</b>	<b>1,360,177</b>	<b>1,835,418</b>	<b>1,715,781</b>	<b>+7.0</b>	<b>CANADA</b>	<b>12</b>

TABLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

1985					1984	Change December 1985/1984	Certaines zones métropolitaines	No
August	September	October	November	December	December	Variation décembre 1985/1984		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre			
thousands of dollars - milliers de dollars								
49,407	52,048	52,006	66,852	90,368	83,892	+7.7	Calgary	1
58,667	60,521	60,647	77,616	104,187	96,074	+8.4	Edmonton	2
17,632	16,888	19,767	28,243	34,926	32,904	+6.1	Halifax-Dartmouth	3
23,643	26,562	28,036	38,565	56,971	50,915	+11.9	Hamilton	4
112,176	108,016	119,668	147,293	199,524	190,400	+4.8	Montréal	5
42,826	42,893	45,364	62,052	80,619	73,494	+9.7	Ottawa-Hull	6
25,914	25,481	27,125	33,229	41,609	40,556	+2.6	Ville de Québec	7
141,675	146,586	159,329	219,175	290,645	263,715	+10.2	Toronto	8
84,663	93,003	91,465	116,116	160,927	148,953	+8.0	Vancouver	9
45,816	45,929	45,427	60,143	80,027	76,858	+4.1	Winnipeg	10

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

Province	1985						
	January	February	March	April	May	June	July
No.	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	7,353	6,567	9,188	9,717	10,259	10,862	9,723
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	75,980	67,700	90,490	95,938	109,889	97,397	91,020
6 Ontario	153,708	138,416	185,694	191,431	206,083	199,764	190,466
7 Manitoba	23,448	21,585	30,515	30,889	30,978	29,066	28,534
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	76,498	69,584	87,813	86,695	95,243	86,065	83,289
10 British Columbia	95,162	86,133	107,111	107,696	113,074	107,943	102,606
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-	-
12 CANADA	453,711	409,143	537,063	549,234	594,109	557,754	532,232

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

Selected metropolitan areas	1985						
	January	February	March	April	May	June	July
No.	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	30,048	27,906	34,770	34,678	37,994	34,846	33,254
2 Edmonton	35,184	31,384	40,019	39,005	43,339	38,937	37,973
3 Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x
4 Hamilton	14,872	12,214	15,555	17,471	18,781	17,292	17,339
5 Montréal	51,972	47,044	61,779	65,112	74,094	66,021	59,876
6 Ottawa-Hull	19,758	16,730	23,497	22,833	27,075	24,082	23,847
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	72,416	69,020	93,501	93,067	97,410	98,228	88,056
9 Vancouver	62,059	56,067	69,426	68,968	74,419	72,571	66,687
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985

1985					1984	Change December 1985/1984	Province	N <sup>o</sup>
August	September	October	November	December	December	Variation décembre 1985/1984		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre			
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
10,414	10,693	11,856	17,170	20,974	20,626	+1.7	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
105,825	105,573	116,977	149,089	184,733	173,829	+6.3	Québec	5
209,078	222,536	236,110	330,539	426,447	386,092	+10.5	Ontario	6
31,337	35,158	32,074	44,075	57,022	54,203	+5.2	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
92,665	101,277	100,170	129,972	173,191	160,601	+7.8	Alberta	9
111,154	120,883	117,901	150,019	207,433	198,033	+4.7	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	-	x	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
<b>588,786</b>	<b>626,857</b>	<b>645,607</b>	<b>864,651</b>	<b>1,125,187</b>	<b>1,049,201</b>	<b>+7.2</b>	<b>CANADA</b>	<b>12</b>

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

Province	1985						
	January	February	March	April	May	June	July
No.	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
	thousands of dollars - milliers de dollars						
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	11,277	12,173	16,688	18,939	21,267	21,129	19,260
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	54,456	53,367	69,684	79,421	89,375	78,691	73,973
6 Ontario	94,898	92,269	118,425	138,246	152,341	145,100	131,974
7 Manitoba	10,967	11,482	15,698	17,729	20,055	18,658	16,781
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	21,426	22,170	29,998	30,899	36,422	33,701	32,091
10 British Columbia	20,496	20,869	27,386	29,001	34,725	33,314	31,415
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-	-
12 CANADA	238,397	237,922	312,014	352,171	396,516	370,404	343,422

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

Selected metropolitan areas	1985						
	January	February	March	April	May	June	July
No.	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
	thousands of dollars - milliers de dollars						
1 Calgary	7,655	7,707	10,298	10,293	12,477	11,938	11,110
2 Edmonton	8,965	9,507	12,714	13,311	15,738	14,269	13,365
3 Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x
4 Hamilton	4,614	4,421	5,868	6,739	7,606	7,186	6,313
5 Montréal	26,840	25,978	33,087	37,844	41,819	37,354	33,933
6 Ottawa-Hull	10,903	11,149	14,147	16,012	18,416	15,494	14,658
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	27,136	26,070	32,185	37,597	41,966	40,721	36,659
9 Vancouver	8,161	8,320	10,854	11,206	12,913	12,202	11,112
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x



TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985

1985					1984	Change December 1985/1984	Province	N <sup>o</sup>
August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	December Décembre	December Décembre	Variation décembre 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
21,777	18,446	21,691	30,577	42,317	40,544	+4.4	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
84,468	73,933	83,507	97,107	146,269	137,969	+6.0	Québec	5
148,885	128,454	151,038	202,080	286,645	266,151	+7.7	Ontario	6
19,620	15,476	18,255	22,470	32,357	31,669	+2.2	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
36,453	33,523	35,162	43,101	61,027	57,427	+6.3	Alberta	9
36,206	32,489	35,491	43,487	64,280	55,387	+16.1	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	-	x	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
<b>391,160</b>	<b>337,985</b>	<b>386,646</b>	<b>495,526</b>	<b>710,230</b>	<b>666,580</b>	<b>+6.5</b>	<b>CANADA</b>	<b>12</b>

TABLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

No.	Province	1985					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		number - nombre					
1	Newfoundland	14	14	14	14	14	14
2	Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7
3	Nova Scotia	33	33	33	34	34	34
4	New Brunswick	27	27	27	27	27	27
5	Quebec	163	163	163	163	163	163
6	Ontario	297	297	297	297	297	297
7	Manitoba	38	38	38	38	38	38
8	Saskatchewan	32	32	32	32	32	32
9	Alberta	81	81	81	81	81	81
10	British Columbia	102	101	101	101	102	102
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12	CANADA	794(1)	793	793	794	795	795

(1) The decrease of seven stores is due to the reclassification of these department stores to other kinds of business.

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

No.	Selected metropolitan areas	1985					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		number - nombre					
1	Calgary	26	26	26	26	26	26
2	Edmonton	33	33	33	33	33	33
3	Halifax-Dartmouth	14	14	14	14	15	15
4	Hamilton	24	24	24	24	25	25
5	Montréal	76	76	76	76	76	76
6	Ottawa-Hull	32	32	32	32	32	32
7	Quebec City	22	22	22	22	22	22
8	Toronto	88	88	88	88	88	88
9	Vancouver	41	41	41	41	42	42
10	Winnipeg	30	30	30	30	30	30

1985						1984		
July	August	September	October	November	December	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre		N <sup>o</sup>
number - nombre								
14	14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
34	34	34	34	34	34	33	Nouvelle-Écosse	3
26	26	26	26	26	26	27	Nouveau-Brunswick	4
162	163	163	163	163	163	163	Québec	5
298	301	304	304	305	305	298	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
32	32	32	32	32	32	32	Saskatchewan	8
80	80	81	81	81	81	81	Alberta	9
101	101	101	101	101	101	102	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	-	-	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
<b>792</b>	<b>796</b>	<b>800</b>	<b>800</b>	<b>801</b>	<b>801</b>	<b>801</b>	<b>CANADA</b>	<b>12</b>

(1) La baisse de sept magasins a été causée par la reclassification de ces magasins à d'autres genres de commerce.

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

Province	1985					
	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	number - nombre					
No.						
1 Newfoundland	6	6	6	6	6	6
2 Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3
3 Nova Scotia	7	7	7	7	7	7
4 New Brunswick	4	4	4	4	4	4
5 Quebec	55	55	55	55	54	54
6 Ontario	109	109	109	109	109	109
7 Manitoba	18	18	18	18	17	17
8 Saskatchewan	15	15	15	15	15	15
9 Alberta	46	46	46	46	45	45
10 British Columbia	60	59	59	59	53	53
11 Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12 CANADA	323	322	322	322	313	313

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

Selected metropolitan areas	1985					
	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	number - nombre					
No.						
1 Calgary	14	14	14	14	14	14
2 Edmonton	18	18	18	18	18	18
3 Halifax-Dartmouth	6	6	6	6	6	6
4 Hamilton	14	14	14	14	14	14
5 Montréal	30	30	30	30	30	30
6 Ottawa-Hull	12	12	12	12	12	12
7 Quebec City	8	8	8	8	8	8
8 Toronto	40	40	40	40	40	40
9 Vancouver	26	26	26	26	27	27
10 Winnipeg	13	13	13	13	13	13

TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985

1985						1984		
July	August	September	October	November	December	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre		N <sup>o</sup>
number - nombre								
6	6	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2
7	7	7	7	7	7	7	Nouvelle-Écosse	3
4	4	4	4	4	4	4	Nouveau-Brunswick	4
54	54	54	54	54	54	55	Québec	5
110	113	116	116	116	116	110	Ontario	6
17	17	17	17	17	17	18	Manitoba	7
15	15	15	15	15	15	15	Saskatchewan	8
44	44	45	45	45	45	46	Alberta	9
52	52	52	52	52	52	60	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	-	-	5	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
312	315	319	319	319	319	329	CANADA	12

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]



TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

		1985					
Province		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.		number - nombre					
1	Newfoundland	8	8	8	8	8	8
2	Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4
3	Nova Scotia	26	26	26	27	27	27
4	New Brunswick	23	23	23	23	23	23
5	Quebec	108	108	108	108	109	109
6	Ontario	188	188	188	188	188	188
7	Manitoba	20	20	20	20	21	21
8	Saskatchewan	17	17	17	17	17	17
9	Alberta	35	35	35	35	36	36
10	British Columbia	42	42	42	42	49	49
11	Yukon and Northwest Territories	-	-	-	-	-	-
12	CANADA	471	471	471	472	482	482

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

		1985					
Selected metropolitan areas		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.		number - nombre					
1	Calgary	12	12	12	12	12	12
2	Edmonton	15	15	15	15	15	15
3	Halifax-Dartmouth	8	8	8	8	9	9
4	Hamilton	10	10	10	10	11	11
5	Montréal	46	46	46	46	46	46
6	Ottawa-Hull	20	20	20	20	20	20
7	Quebec City	14	14	14	14	14	14
8	Toronto	48	48	48	48	48	48
9	Vancouver	15	15	15	15	15	15
10	Winnipeg	17	17	17	17	17	17

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985

1985						1984		
July	August	September	October	November	December	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre		N <sup>o</sup>
number - nombre								
8	8	8	8	8	8	8	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
27	27	27	27	27	27	26	Nouvelle-Écosse	3
22	22	22	22	22	22	23	Nouveau-Brunswick	4
108	109	109	109	109	109	108	Québec	5
188	188	188	188	189	189	188	Ontario	6
21	21	21	21	21	21	20	Manitoba	7
17	17	17	17	17	17	17	Saskatchewan	8
36	36	36	36	36	36	35	Alberta	9
49	49	49	49	49	49	42	Colombie-Britannique	10
-	-	-	-	-	-	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
480	481	481	481	482	482	472	CANADA	12

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

[illegible]

TABLE 15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985

January-December

TABLEAU 15. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

Janvier-décembre

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1985/1984
		1984 <sup>1</sup>	1985	Variation 1985/1984
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	191,216	215,571	+12.7
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	202,467	212,348	+4.9
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et jeunes filles	654,164	726,313	+11.0
4	Furs - Fourrures	40,369	46,401	+14.9
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	292,024	307,288	+5.2
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	199,857	216,976	+8.6
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	239,920	240,722	+0.3
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	130,353	139,309	+6.9
9	Millinery - Chapeaux	22,594	23,493	+4.0
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	126,475	131,544	+4.0
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	199,579	217,866	+9.2
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	301,762	317,906	+5.3
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	474,117	507,813	+7.1
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	574,695	628,990	+9.4
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillem- ent pour garçons	161,318	175,759	+9.0
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	195,437	209,942	+7.4
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	730,045	741,254	+1.5
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	653,043	720,127	+10.3
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	156,737	148,723	-5.1
20	Piece goods - Tissus à la pièce	47,195	42,948	-9.0
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	346,847	381,749	+10.1
22	Smallwares and notions - Menus articles	101,179	105,170	+3.9
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	157,097	162,068	+3.2
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	144,602	162,361	+12.3
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	178,907	178,312	-0.3
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	105,415	100,592	-4.6
27	Furniture - Meubles	532,501	582,402	+9.4
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	538,473	577,302	+7.2
29	Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique	520,220	515,791	-0.9
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	436,693	445,045	+1.9
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	320,450	396,453	+23.7
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	125,900	115,373	-8.4
33	Jewellery - Bijouterie	265,479	301,883	+13.7
34	Toys and games - Jouets et jeux	333,420	350,555	+5.1
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	312,010	323,753	+3.8
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	374,247	377,068	+0.8
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	205,860	185,641	-9.8
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	265,218	267,382	+0.8
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	129,104	145,240	+12.5
40	All other departments - Tous autres rayons	397,882	411,293	+3.4
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	11,384,871	12,056,726	+5.9

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985

January-December

TABLEAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1984 et 1985

Janvier-décembre

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>r</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	138,116	148,118	+7.2
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	70,304	72,123	+2.6
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	357,213	390,318	+9.3
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	255,642	260,742	+2.0
Québec	2,128,738	2,274,860	+6.9
Ontario	4,150,154	4,480,628	+8.0
Manitoba	595,230	614,229	+3.2
Saskatchewan	366,425	381,001	+4.0
Alberta	1,521,462	1,598,435	+5.1
British Columbia - Colombie-Britannique	1,767,922	1,836,273	+3.9
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	33,662	-	...
<b>CANADA</b>	<b>11,384,871</b>	<b>12,056,726</b>	<b>+5.9</b>

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

January-December

TABLEAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

Janvier-décembre

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>r</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	578,413	615,653	+6.4
Edmonton	689,110	715,346	+3.8
Halifax-Dartmouth	196,076	221,235	+12.8
Hamilton	306,434	330,047	+7.7
Montréal	1,261,069	1,349,430	+7.0
Ottawa-Hull	504,335	532,352	+5.6
Quebec City - Ville de Québec	300,477	311,421	+3.6
Toronto	1,654,923	1,811,444	+9.5
Vancouver	1,038,159	1,091,137	+5.1
Winnipeg	538,676	553,912	+2.8

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985

January-December

TABLEAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985

Janvier-décembre

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>r</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	118,152	134,776	+14.1
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	1,219,285	1,290,611	+5.8
Ontario	2,518,464	2,690,272	+6.8
Manitoba	388,422	394,681	+1.6
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	1,141,945	1,182,462	+3.5
British Columbia - Colombie-Britannique	1,407,644	1,427,115	+1.4
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	-	...
CANADA	7,179,741	7,484,334	+4.2

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

January-December

TABLEAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

Janvier-décembre

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>r</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	448,936	475,262	+5.9
Edmonton	525,237	539,745	+2.8
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	225,349	239,015	+6.1
Montréal	823,750	887,512	+7.7
Ottawa-Hull	318,584	327,504	+2.8
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	1,200,053	1,314,021	+9.5
Vancouver	896,205	941,168	+5.0
Winnipeg	x	x	x



TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985

January-December

TABLEAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985

Janvier-décembre

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>r</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	239,061	255,541	+6.9
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	909,451	984,251	+8.2
Ontario	1,631,690	1,790,355	+9.7
Manitoba	206,808	219,548	+6.2
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	379,517	415,973	+9.6
British Columbia - Colombie-Britannique	360,280	409,159	+13.6
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	-	...
<b>CANADA</b>	<b>4,205,129</b>	<b>4,572,393</b>	<b>+8.7</b>

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

January-December

TABLEAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

Janvier-décembre

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984 <sup>r</sup>	1985	Variation 1985/1984
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	129,478	140,393	+8.4
Edmonton	163,872	175,604	+7.2
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	81,086	91,032	+12.3
Montréal	437,314	461,917	+5.6
Ottawa-Hull	185,752	204,852	+10.3
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	454,872	497,422	+9.4
Vancouver	141,957	149,970	+5.6
Winnipeg	x	x	x

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1983-1985

TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1983-1985

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
<b>1983:</b>						
January - Janvier	623,021	100.0	416,075	66.8	206,946	33.2
February - Février	603,808	100.0	400,059	66.3	203,749	33.7
March - Mars	787,544	100.0	517,493	65.7	270,051	34.3
April - Avril	775,226	100.0	496,409	64.0	278,817	36.0
May - Mai	842,133	100.0	524,430	62.3	317,702	37.7
June - Juin	920,150	100.0	578,341	62.9	341,809	37.1
July - Juillet	813,746	100.0	510,481	62.7	303,265	37.3
August - Août	850,885	100.0	528,907	62.2	321,978	37.8
September - Septembre	922,067	100.0	609,641	66.1	312,425	33.9
October - Octobre	922,014	100.0	605,042	65.6	316,972	34.4
November - Novembre	1,138,763	100.0	741,909	65.2	396,854	34.8
December - Décembre	1,731,121	100.0	1,078,633	62.3	652,488	37.7
Year - Année	10,930,478	100.0	7,007,420	64.1	3,923,056	35.9
<b>1984:</b>						
January - Janvier	649,626	100.0	433,177	66.7	216,450	33.3
February - Février	659,594	100.0	426,537	64.7	233,057	35.3
March - Mars	806,999	100.0	529,691	65.6	277,309	34.4
April - Avril	843,022	100.0	522,096	61.9	320,926	38.1
May - Mai	930,389	100.0	577,533	62.1	352,855	37.9
June - Juin	941,728	100.0	584,661	62.1	357,066	37.9
July - Juillet	806,592	100.0	496,195	61.5	310,397	38.5
August - Août	872,423	100.0	530,591	60.8	341,831	39.2
September - Septembre	947,365	100.0	619,430	65.4	327,935	34.6
October - Octobre	957,060	100.0	611,524	63.9	345,536	36.1
November - Novembre	1,254,292	100.0	799,105	63.7	455,187	36.3
December - Décembre	1,715,781	100.0	1,049,201	61.2	666,580	38.8
Year - Année	11,384,871	100.0	7,179,741	63.1	4,205,129	36.9
<b>1985:</b>						
January - Janvier	692,108	100.0	453,711	65.6	238,397	34.4
February - Février	647,065	100.0	409,143	63.2	237,922	36.8
March - Mars	849,077	100.0	537,063	63.3	312,014	36.7
April - Avril	901,404	100.0	549,234	60.9	352,171	39.1
May - Mai	990,625	100.0	594,109	60.0	396,516	40.0
June - Juin	928,157	100.0	557,754	60.1	370,404	39.9
July - Juillet	875,654	100.0	532,232	60.8	343,422	39.2
August - Août	979,945	100.0	588,786	60.1	391,160	39.9
September - Septembre	964,843	100.0	626,857	65.0	337,985	35.0
October - Octobre	1,032,253	100.0	645,607	62.5	386,646	37.5
November - Novembre	1,360,177	100.0	864,651	63.6	495,526	36.4
December - Décembre	1,835,418	100.0	1,125,187	61.3	710,230	38.7
Year - Année	12,056,726	100.0	7,484,334	62.1	4,572,393	37.9

TABLE 23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1983-1985

December

TABLERAU 23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1983-1985

Décembre

Province and Selected Metropolitan Areas Province et certaines zones métropolitaines	Distribution			Change 1985/1984
	1983	1984	1985	Variation 1985/1984
	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	9.9	10.7	10.4	-2.8
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	20.6	20.4	19.6	-3.9
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	14.0	14.0	13.5	-3.6
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	13.7	13.7	12.5	-8.8
Québec	11.1	11.1	10.7	-3.6
Ontario	14.7	14.3	13.9	-2.8
Manitoba	18.8	18.0	16.8	-6.7
Saskatchewan	12.1	12.3	12.1	-1.6
Alberta	18.6	17.6	16.8	-4.5
British Columbia - Colombie-Britannique	19.8	19.0	18.5	-2.6
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	14.8	13.9	...	...
<b>CANADA</b>	<b>14.8</b>	<b>14.4</b>	<b>13.9</b>	<b>-3.5</b>
Montréal	13.8	13.7	13.3	-2.9
Toronto	15.5	15.3	14.7	-3.9
Winnipeg	24.8	23.7	22.1	-6.8
Vancouver	22.5	21.6	21.2	-1.9

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1984 and 1985

		1985							
		January	February	March	April	May	June	July	August
Department		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	39,185	43,993	56,955	60,797	54,107	43,977	52,035	50,520
2	Women's and misses' coats and suits	48,419	65,516	68,340	61,861	53,789	43,361	71,654	82,262
3	Women's and misses' sportswear	128,354	150,980	171,399	178,900	166,346	144,730	145,696	152,682
4	Furs	23,715	19,658	14,917	27,476	28,928	30,362	34,836	37,360
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	71,653	67,973	77,245	89,457	84,937	80,040	93,305	88,047
6	Girls' and teenage girls' wear	37,234	51,030	59,132	54,914	58,342	47,063	64,292	55,065
7	Lingerie and women's sleepwear	44,161	42,405	47,653	55,747	53,175	45,396	45,570	47,129
8	Intimate apparel	46,429	41,490	43,624	45,951	44,588	44,618	42,524	45,661
9	Millinery	3,119	3,418	2,548	3,521	2,990	2,606	2,267	6,039
10	Women's and girls' hosiery	37,889	34,836	38,986	42,035	37,480	34,668	34,978	40,429
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	49,934	48,511	53,600	57,748	53,111	46,410	51,969	60,155
12	Women's, misses' and children's footwear	87,816	99,585	121,486	122,004	113,930	101,511	103,552	107,102
13	Men's clothing	124,638	156,531	171,752	194,346	190,644	166,346	167,514	206,692
14	Men's furnishings	143,096	145,075	166,369	193,067	194,853	154,193	146,076	155,033
15	Boys' clothing and furnishings	42,748	45,631	47,836	46,461	42,819	44,144	62,408	42,024
16	Men's and boys' footwear	59,521	57,489	76,236	80,077	90,324	69,558	73,535	75,167
17	Food and kindred products	41,847	35,361	37,872	38,427	35,161	31,444	33,120	32,166
18	Toiletries, cosmetics and drugs	255,555	208,248	225,060	236,131	234,780	230,330	244,390	242,973
19	Photographic equipment and supplies	55,504	44,500	49,665	52,185	51,054	50,506	51,599	49,928
20	Piece goods	17,949	16,873	21,571	18,654	20,683	20,308	17,758	18,215
21	Linens and domestics	128,300	127,853	134,314	146,716	148,825	142,340	137,044	129,658
22	Smallwares and notions	38,175	35,879	37,555	44,184	47,806	48,739	48,143	49,133
23	China and glassware	68,077	74,719	66,029	85,463	84,766	76,648	77,449	81,931
24	Floor coverings	50,742	47,734	49,746	51,134	51,347	50,529	53,258	55,176
25	Draperies, curtains and furniture coverings	70,093	60,655	65,910	68,661	68,008	65,502	70,348	68,186
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	56,372	53,190	57,261	60,255	63,533	61,939	64,352	66,253
27	Furniture	145,059	145,868	149,735	157,566	152,328	151,943	156,706	152,710
28	Major appliances	67,296	72,678	74,982	76,661	73,394	70,552	69,632	63,275
29	Television, radio and music	133,537	128,146	140,488	153,594	145,992	138,333	132,625	140,840
30	Housewares and small electrical appliances	164,939	151,991	157,505	174,480	166,909	174,343	166,944	166,287
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	116,518	120,579	142,450	148,268	158,719	175,304	161,250	163,188
32	Plumbing, heating and building materials	24,231	21,786	31,394	24,392	25,361	28,840	26,458	26,308
33	Jewellery	109,160	96,901	107,128	113,812	113,439	109,202	113,481	121,103
34	Toys and games	112,665	109,764	121,590	141,558	153,617	158,887	183,356	199,802
35	Sporting goods and luggage	113,507	110,606	133,988	160,378	159,668	145,230	136,961	138,586
36	Stationery, books and magazines	135,422	125,423	130,744	139,442	144,907	133,691	142,334	139,433
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	53,925	50,203	53,851	54,543	53,906	52,859	49,351	51,032
38	Meals and lunches	985	539	654	646	597	423	569	277
39	Repairs and services	5,461	5,566	6,085	6,380	6,081	6,389	6,538	6,178
40	All other departments	58,419	50,976	61,896	72,766	86,123	68,824	57,471	67,797
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,011,649	2,970,159	3,275,551	3,540,658	3,517,367	3,292,088	3,393,348	3,481,802

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1985				1984	Change - Variation		Rayon	N°
September	October	November	December	December	December/ November 1985	December 1985/1984		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre	Décembre/ novembre 1985	Décembre 1985/1984		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
50,641	69,861	72,851	59,665	45,548	-18.1	+31.0	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
90,837	108,419	92,534	71,080	50,707	-23.2	+40.2	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
153,876	192,415	223,975	174,206	134,161	-22.2	+29.8	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
42,135	44,711	46,126	30,921	25,339	-33.0	+22.0	Fourrures	4
80,233	111,620	103,368	97,832	80,801	-5.4	+21.1	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
51,635	62,584	62,530	43,250	34,598	-30.8	+25.0	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
50,512	76,674	91,101	53,405	44,897	-41.4	+19.0	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
40,634	52,308	54,996	50,743	45,665	-7.7	+11.1	Sous-vêtements	8
7,309	14,405	5,925	6,332	5,211	+6.9	+21.5	Chapeaux	9
39,576	42,069	47,889	41,233	36,027	-13.9	+14.5	Bas pour dames et fillettes	10
68,465	99,915	106,895	70,769	55,141	-33.8	+28.3	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
110,052	125,503	111,217	112,413	92,122	+1.1	+22.0	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
188,030	228,547	224,633	181,843	165,233	-19.0	+10.1	Vêtements pour hommes	13
168,183	218,546	238,300	159,863	146,065	-32.9	+9.4	Articles d'habillement pour hommes	14
49,453	71,037	59,239	47,733	35,467	-19.4	+34.6	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
79,976	96,903	90,461	74,894	63,630	-17.2	+17.7	Chaussures pour hommes et garçons	16
37,354	46,549	49,125	28,629	23,221	-41.7	+23.3	Produits alimentaires et connexes	17
230,119	353,752	389,431	270,238	204,522	-30.6	+32.1	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
44,255	60,694	58,728	44,368	43,806	-24.5	+1.3	Appareils et fournitures photographiques	19
17,663	23,380	20,439	15,135	24,799	-26.0	-39.0	Tissus à la pièce	20
128,387	149,235	164,587	168,851	147,039	+2.6	+14.8	Literie et linge de maison	21
40,914	49,864	46,765	53,625	46,044	+14.7	+16.5	Menus articles	22
78,364	88,028	106,895	109,744	93,193	+2.7	+17.8	Porcelaine et verrerie	23
50,390	58,015	73,243	73,666	54,776	+28.7	+34.5	Revêtements de plancher	24
64,527	71,948	69,741	71,332	73,250	+2.3	-2.6	Tentures, rideaux et housses	25
65,483	78,858	73,652	53,307	53,262	-27.6	+0.1	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
142,538	164,063	148,769	186,126	179,768	+25.1	+3.5	Meubles	27
60,490	73,840	74,599	71,990	74,426	-3.5	-3.3	Gros appareils ménagers	28
121,105	155,876	167,960	148,223	149,533	-11.8	-0.9	Téléviseurs, radios et musique	29
162,028	188,480	222,288	150,769	146,834	-32.2	+2.7	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
152,176	185,927	176,493	159,850	130,912	-9.4	+22.1	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
24,350	28,404	29,796	39,314	33,964	+31.9	+15.8	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
118,100	163,565	180,425	135,594	109,540	-24.8	+23.8	Bijouterie	33
194,485	260,061	194,733	98,578	104,574	-49.4	-5.7	Jouets et jeux	34
127,607	167,978	153,589	129,702	126,179	-15.6	+2.8	Articles de sport et valises	35
144,200	160,820	187,263	128,222	132,241	-31.5	-3.0	Papeterie, livres et revues	36
47,809	63,124	54,023	74,883	62,989	+38.6	+18.9	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
440	268	378	341	166	-9.8	+105.4	Repas et casse-croûtes	38
3,752	2,588	2,365	2,651	5,584	+12.1	-52.5	Services et travaux de réparation	39
64,673	77,888	71,478	45,282	57,384	-36.6	-21.1	Tous autres rayons	40
3,392,756	4,288,722	4,332,805	3,536,602	3,138,618	-18.4	+12.7	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.



TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	45,735	48,351	51,442	50,516	50,524	51,804	52,587
2	Women's and misses' coats and suits	63,109	72,588	75,059	84,334	88,362	74,138	66,098
3	Women's and misses' sportswear	156,229	168,626	165,149	159,828	157,763	160,948	153,604
4	Furs	24,319	23,183	17,231	33,193	31,147	34,044	36,341
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	87,294	81,222	81,633	82,541	86,898	84,837	83,217
6	Girls' and teenage girls' wear	52,472	57,295	55,281	51,922	56,211	53,963	53,822
7	Lingerie and women's sleepwear	52,685	50,921	50,257	50,983	51,767	51,747	50,621
8	Intimate apparel	43,418	43,447	43,864	44,208	44,729	46,973	45,838
9	Millinery	3,225	4,032	3,996	4,601	4,137	4,284	3,192
10	Women's and girls' hosiery	42,233	38,777	39,196	38,929	37,740	37,822	37,376
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	56,562	53,744	52,802	54,450	56,129	57,868	59,418
12	Women's, misses' and children's footwear	104,248	108,220	110,418	106,425	107,544	108,164	107,246
13	Men's clothing	170,022	179,364	175,343	188,419	195,949	193,025	183,321
14	Men's furnishings	171,230	168,225	173,855	181,066	183,273	175,701	161,967
15	Boys' clothing and furnishings	46,768	46,896	47,786	46,066	47,810	50,683	49,567
16	Men's and boys' footwear	68,620	67,613	75,089	72,976	78,804	74,377	74,557
17	Food and kindred products(1)	41,847	35,361	37,872	38,427	35,161	31,444	33,120
18	Toiletries, cosmetics and drugs	234,101	237,087	235,811	234,228	242,028	247,552	251,117
19	Photographic equipment and supplies	56,353	50,418	52,073	49,673	50,384	51,651	51,051
20	Piece goods	21,035	19,459	20,072	19,370	20,974	21,015	18,281
21	Linens and domestics	137,967	131,311	135,121	136,453	136,313	140,496	138,361
22	Smallwares and notions	42,947	41,671	42,114	41,171	43,958	44,782	44,211
23	China and glassware	78,341	78,179	69,539	86,195	81,478	80,038	78,804
24	Floor coverings	51,721	50,635	50,067	49,839	48,962	48,578	50,865
25	Draperies, curtains and furniture coverings	69,592	65,138	65,492	65,554	66,451	67,230	70,221
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	62,811	60,024	58,836	60,995	61,851	63,679	64,143
27	Furniture	157,052	161,100	149,263	142,738	144,663	150,418	154,555
28	Major appliances	67,686	69,887	72,776	72,872	74,810	74,859	73,160
29	Television, radio and music	144,051	143,799	143,539	146,385	144,675	139,470	138,443
30	Housewares and small electrical appliances	166,519	166,956	168,777	166,119	167,449	169,447	166,042
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	133,304	136,677	140,635	142,669	149,175	159,007	156,333
32	Plumbing, heating and building materials	25,569	24,710	30,157	23,107	26,704	31,356	27,930
33	Jewellery	113,695	107,558	110,032	109,837	111,710	114,469	115,568
34	Toys and games	134,627	140,955	144,131	142,071	172,263	183,239	193,575
35	Sporting goods and luggage	140,751	136,655	141,737	138,447	139,970	142,131	140,845
36	Stationery, books and magazines	151,387	151,372	150,936	140,275	140,019	135,373	131,677
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	56,066	55,617	57,004	52,579	53,157	54,737	52,769
38	Meals and lunches(1)	985	539	654	646	597	423	569
39	Repairs and services	5,549	5,890	6,162	6,205	6,249	6,356	6,404
40	All other departments	72,147	64,799	62,522	64,482	77,535	70,685	62,412
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,014,739	2,971,223	3,363,710	3,380,778	3,475,312	3,488,803	3,439,213

(1) Due to the absence of seasonality, the seasonally adjusted data are equal to the unadjusted data.

TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1985					1984	Change December/November 1985	Rayon	N <sup>o</sup>
August	September	October	November <sup>F</sup>	December <sup>P</sup>	December	Variation décembre/novembre 1985		
Août	Septembre	Octobre	Novembre <sup>F</sup>	Décembre <sup>P</sup>	Décembre			
thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
52,910	53,780	59,865	63,690	67,580	51,690	+6.1	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
66,085	63,254	71,604	76,019	82,856	60,646	+9.0	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
150,561	154,419	166,927	186,824	195,355	158,595	+4.6	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
36,541	35,861	34,815	37,463	30,002	23,765	-19.9	Fourrures	4
84,597	79,789	92,836	97,526	99,643	84,064	+2.2	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
52,466	49,739	53,998	55,686	56,242	45,973	+1.0	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
49,506	53,387	60,641	60,212	61,345	52,756	+1.9	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
47,790	47,930	48,988	47,990	48,282	43,629	+0.6	Sous-vêtements	8
6,060	6,867	11,125	3,233	4,192	3,300	+29.7	Chapeaux	9
38,644	39,951	39,064	41,762	42,078	38,213	+0.8	Bas pour dames et fillettes	10
63,814	68,711	76,046	73,677	75,630	62,089	+2.7	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
107,605	111,268	115,134	110,517	121,654	101,735	+10.1	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
178,337	179,303	185,254	184,474	190,373	171,862	+3.2	Vêtements pour hommes	13
158,800	165,368	171,297	182,423	187,874	179,390	+3.0	Articles d'habillement pour hommes	14
46,964	50,894	55,225	53,886	56,156	43,266	+4.2	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
74,940	81,220	82,663	82,324	82,686	70,339	+0.4	Chaussures pour hommes et garçons	16
32,166	37,354	46,549	49,125	28,629	23,221	-41.7	Produits alimentaires et connexes(1)	17
256,792	260,717	299,066	306,297	286,232	218,036	-6.6	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
50,661	48,357	49,980	52,022	51,354	50,988	-1.3	Appareils et fournitures photographiques	19
17,283	18,749	19,761	18,409	14,656	23,485	-20.4	Tissus à la pièce	20
138,408	144,543	150,653	152,434	157,617	138,795	+3.4	Literie et linge de maison	21
46,554	44,483	47,681	47,973	49,648	43,526	+3.5	Menus articles	22
80,222	82,589	84,220	93,151	94,770	80,556	+1.7	Porcelaine et verrerie	23
53,469	55,916	58,067	61,247	64,844	50,665	+5.9	Revêtements de plancher	24
69,000	68,512	69,323	68,048	69,006	70,318	+1.4	Tentures, rideaux et housses	25
63,865	65,594	65,630	63,968	61,796	60,650	-3.4	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
162,252	154,056	154,812	156,687	159,661	157,244	+1.9	Meubles	27
70,844	69,879	71,074	67,402	66,381	66,992	-1.5	Gros appareils ménagers	28
142,261	134,827	140,894	143,486	145,552	148,043	+1.4	Téléviseurs, radios et musique	29
166,240	168,602	179,883	187,666	171,055	162,725	-8.9	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
157,855	163,393	173,132	172,428	164,495	133,263	-4.6	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
27,538	26,054	27,530	28,046	29,496	26,876	+5.2	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
122,425	127,046	139,971	141,988	143,238	118,413	+0.9	Bijouterie	33
190,910	165,059	168,316	148,350	149,334	150,202	+0.7	Jouets et jeux	34
148,945	136,063	138,553	137,695	141,378	138,495	+2.7	Articles de sport et valises	35
136,286	142,017	143,803	149,947	147,572	155,668	-1.6	Papeterie, livres et revues	36
52,472	51,711	56,534	54,338	61,427	54,114	+13.0	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
277	440	268	378	341	166	-9.8	Repas et casse-croûtes(1)	38
5,905	3,752	2,588	2,471	2,853	5,604	+15.4	Services et travaux de réparation	39
71,232	67,441	61,543	57,099	55,123	66,685	-3.5	Tous autres rayons	40
3,479,467	3,478,881	3,675,298	3,718,351	3,718,497	3,132,328	—	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Puisqu'il y a absence de saisonnalité, les données désaisonnalisées sont par conséquent égales aux données non désaisonnalisées.

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4.42	4.38	3.60	3.23	2.15	2.27	3.02
2	Women's and misses' coats and suits	3.68	5.41	3.23	3.60	4.92	5.48	10.13
3	Women's and misses' sportswear	3.87	3.97	3.09	3.07	2.32	2.47	2.78
4	Furs	4.63	5.55	8.75	22.23	74.94	53.93	29.10
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.90	3.72	3.34	3.68	3.58	3.55	4.27
6	Girls' and teenage girls' wear	4.24	5.25	3.15	3.06	3.20	3.41	4.70
7	Lingerie and women's sleepwear	3.73	3.51	3.08	3.47	2.64	2.68	2.51
8	Intimate apparel	5.12	5.23	3.86	3.92	3.54	3.75	3.71
9	Millinery	2.00	3.20	2.16	2.42	2.22	2.27	1.90
10	Women's and girls' hosiery	4.43	4.59	3.61	3.69	3.24	3.65	4.88
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.90	5.28	3.90	4.00	3.15	3.52	4.82
12	Women's, misses' and children's footwear	5.71	6.98	4.87	4.31	3.87	4.30	4.91
13	Men's clothing	5.32	6.79	4.78	5.23	4.94	3.84	5.65
14	Men's furnishings	5.44	5.51	4.25	4.81	4.06	2.72	3.48
15	Boys' clothing and furnishings	5.53	6.19	3.82	3.38	3.23	3.73	5.72
16	Men's and boys' footwear	5.57	6.26	4.76	4.61	4.89	3.81	4.84
17	Food and kindred products	0.81	0.57	0.67	0.61	0.55	0.57	0.66
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.78	4.75	4.47	4.73	4.33	4.45	4.95
19	Photographic equipment and supplies	6.38	6.23	5.38	5.36	4.82	3.86	4.17
20	Piece goods	6.39	5.39	5.20	5.65	5.13	6.34	5.68
21	Linens and domestics	4.09	7.07	5.45	5.92	5.07	4.92	4.32
22	Smallwares and notions	4.12	4.86	4.34	5.74	6.39	6.88	6.55
23	China and glassware	9.44	9.47	6.51	8.83	6.29	7.30	7.41
24	Floor coverings	5.73	5.22	4.25	4.10	3.91	3.96	3.70
25	Draperies, curtains and furniture coverings	7.08	6.21	4.91	4.76	4.17	4.23	4.33
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	10.12	11.11	8.94	8.49	9.91	9.77	8.71
27	Furniture	3.40	4.43	3.31	3.22	3.06	3.03	2.87
28	Major appliances	1.69	2.25	1.79	1.81	1.62	1.54	1.31
29	Television, radio and music	4.07	4.40	3.73	4.38	5.02	4.30	3.94
30	Housewares and small electrical appliances	6.46	5.83	6.05	6.16	5.17	5.43	5.14
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.58	7.28	6.31	4.33	3.35	4.31	4.50
32	Plumbing, heating and building materials	3.52	3.78	4.29	2.54	2.21	2.88	2.29
33	Jewellery	10.08	7.86	5.89	5.85	4.67	5.34	6.18
34	Toys and games	8.98	8.41	6.44	6.91	8.43	8.09	9.07
35	Sporting goods and luggage	6.02	6.86	6.60	6.04	4.85	4.42	4.57
36	Stationery, books and magazines	6.12	5.86	5.29	5.74	5.52	5.23	6.25
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	4.53	5.00	4.66	3.81	3.51	3.48	3.49
38	Meals and lunches	0.05	0.03	0.03	0.03	0.03	0.02	0.03
39	Repairs and services	0.50	0.61	0.53	0.58	0.50	0.54	0.59
40	All other departments	2.36	2.33	2.12	2.15	1.91	1.84	1.69
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.20	4.47	3.77	3.85	3.45	3.44	3.73

TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1985					1984			
August	September	October	November	December	December	Rayon		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre		N°	
2.83	3.02	3.83	3.33	2.34	2.00	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1	
5.07	4.19	3.88	2.72	3.09	2.19	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2	
2.51	2.22	2.85	3.14	1.95	1.72	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3	
15.28	10.69	7.46	4.91	2.84	3.24	Fourrures	4	
3.09	3.10	3.87	3.23	2.45	2.19	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
1.83	3.02	3.74	2.51	1.59	1.46	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
2.93	3.04	4.11	3.14	1.08	0.92	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
3.81	3.20	4.71	4.63	3.24	3.01	Sous-vêtements	8	
3.84	3.47	5.16	1.60	1.45	1.30	Chapeaux	9	
4.54	3.26	3.50	3.50	2.27	2.22	Bas pour dames et fillettes	10	
4.64	3.93	4.89	3.23	1.55	1.34	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11	
4.10	3.57	4.02	2.73	3.52	2.86	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
5.60	4.39	5.24	3.33	2.12	2.02	Vêtements pour hommes	13	
3.62	3.53	4.60	2.98	1.21	1.23	Articles d'habillement pour hommes	14	
1.69	3.83	4.97	3.04	1.78	1.44	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15	
4.54	4.38	5.54	3.53	2.79	2.44	Chaussures pour hommes et garçons	16	
0.52	0.71	0.79	0.63	0.33	0.27	Produits alimentaires et connexes	17	
4.52	4.65	6.10	5.13	1.94	1.61	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18	
3.58	4.29	5.52	4.04	1.58	1.48	Appareils et fournitures photographiques	19	
4.91	4.54	5.53	4.55	5.27	6.88	Tissus à la pièce	20	
3.78	3.83	4.58	4.21	3.17	3.18	Literie et linge de maison	21	
6.49	3.93	5.45	4.52	4.21	3.61	Menus articles	22	
7.94	6.28	8.29	5.22	2.83	2.50	Porcelaine et verrerie	23	
4.03	3.53	3.41	2.78	5.14	4.58	Revêtements de plancher	24	
4.48	4.26	4.31	3.94	3.97	4.30	Tentures, rideaux et housses	25	
8.25	8.10	8.70	5.88	2.82	2.59	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26	
3.33	2.84	2.83	2.72	3.78	4.16	Meubles	27	
1.31	1.21	1.34	1.24	1.14	1.36	Gros appareils ménagers	28	
2.94	2.46	3.46	3.00	1.68	1.68	Téléviseurs, radios et musique	29	
4.56	4.88	5.14	4.35	1.78	1.82	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30	
5.30	5.79	5.86	4.55	3.15	3.69	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31	
2.83	2.69	2.65	2.64	3.16	2.97	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32	
6.11	5.26	7.86	4.93	1.73	1.62	Bijouterie	33	
9.37	9.98	8.45	3.06	1.07	1.14	Jouets et jeux	34	
5.53	5.97	8.06	5.26	2.61	2.64	Articles de sport et valises	35	
3.89	4.33	6.76	4.21	1.77	1.78	Papeterie, livres et revues	36	
3.80	3.56	3.18	2.15	3.52	2.88	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
0.01	0.02	0.01	0.01	0.01	0.01	Repas et casse-croûtes	38	
0.55	0.34	0.19	0.14	0.17	0.41	Services et travaux de réparation	39	
1.95	2.36	2.50	2.06	0.79	1.00	Tous autres rayons	40	
3.42	3.40	4.03	3.14	1.90	1.80	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985

No.	Department	1985						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.21	0.24	0.31	0.32	0.44	0.39	0.36
2	Women's and misses' coats and suits	0.27	0.21	0.32	0.26	0.19	0.16	0.12
3	Women's and misses' sportswear	0.25	0.27	0.34	0.33	0.42	0.38	0.36
4	Furs	0.21	0.16	0.10	0.06	0.01	0.02	0.04
5	Infants' and children's wear and nursery	0.24	0.26	0.32	0.29	0.27	0.27	0.25
6	Girls' and teenage girls' wear	0.24	0.22	0.34	0.31	0.32	0.26	0.25
7	Lingerie and women's sleepwear	0.27	0.28	0.34	0.31	0.37	0.34	0.40
8	Intimate apparel	0.20	0.18	0.27	0.26	0.28	0.27	0.26
9	Millinery	0.37	0.33	0.40	0.48	0.41	0.41	0.49
10	Women's and girls' hosiery	0.23	0.21	0.29	0.28	0.29	0.26	0.21
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.19	0.19	0.27	0.26	0.30	0.27	0.22
12	Women's, misses' and children's footwear	0.17	0.15	0.23	0.23	0.25	0.22	0.21
13	Men's clothing	0.16	0.16	0.22	0.20	0.20	0.24	0.18
14	Men's furnishings	0.18	0.18	0.25	0.22	0.25	0.32	0.28
15	Boys' clothing and furnishings	0.20	0.17	0.27	0.29	0.30	0.27	0.20
16	Men's and boys' footwear	0.17	0.16	0.24	0.22	0.22	0.23	0.21
17	Food and kindred products	1.60	1.60	1.53	1.66	1.74	1.65	1.55
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.19	0.19	0.23	0.22	0.23	0.22	0.21
19	Photographic equipment and supplies	0.18	0.14	0.20	0.19	0.21	0.26	0.24
20	Piece goods	0.13	0.18	0.22	0.16	0.20	0.16	0.16
21	Linens and domestics	0.23	0.14	0.19	0.18	0.20	0.20	0.23
22	Smallwares and notions	0.22	0.20	0.24	0.19	0.16	0.15	0.15
23	China and glassware	0.09	0.11	0.14	0.13	0.16	0.13	0.14
24	Floor coverings	0.17	0.19	0.24	0.25	0.26	0.25	0.28
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.14	0.15	0.21	0.21	0.24	0.23	0.24
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.10	0.09	0.12	0.12	0.10	0.10	0.12
27	Furniture	0.26	0.23	0.31	0.32	0.32	0.33	0.35
28	Major appliances	0.56	0.46	0.57	0.56	0.61	0.64	0.76
29	Television, radio and music	0.23	0.22	0.28	0.24	0.19	0.23	0.25
30	Housewares and small electrical appliances	0.16	0.16	0.17	0.17	0.19	0.19	0.19
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.17	0.14	0.17	0.24	0.31	0.24	0.21
32	Plumbing, heating and building materials	0.24	0.25	0.28	0.34	0.46	0.37	0.42
33	Jewellery	0.10	0.12	0.18	0.18	0.21	0.18	0.16
34	Toys and games	0.12	0.12	0.16	0.16	0.12	0.13	0.12
35	Sporting goods and luggage	0.16	0.14	0.17	0.18	0.21	0.22	0.21
36	Stationery, books and magazines	0.17	0.16	0.19	0.18	0.18	0.18	0.16
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.20	0.19	0.22	0.26	0.28	0.28	0.28
38	Meals and lunches	33.66	23.12	36.66	31.98	34.28	40.95	48.36
39	Repairs and services	1.97	1.65	1.99	1.76	1.95	1.90	1.71
40	All other departments	0.43	0.40	0.52	0.50	0.57	0.48	0.54
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.23	0.22	0.27	0.26	0.28	0.27	0.26



TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1985					1984		
August	September	October	November	December	December	Rayon	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre		N°
0.35	0.33	0.30	0.31	0.39	0.44	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
0.21	0.25	0.28	0.34	0.28	0.38	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.41	0.45	0.39	0.34	0.45	0.48	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
0.07	0.10	0.14	0.21	0.28	0.28	Fourrures	4
0.31	0.31	0.30	0.30	0.40	0.44	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.50	0.32	0.29	0.40	0.51	0.53	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.35	0.34	0.29	0.35	0.69	0.77	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.27	0.29	0.24	0.22	0.30	0.32	Sous-vêtements	8
0.38	0.32	0.26	0.36	0.71	0.71	Chapeaux	9
0.24	0.30	0.29	0.30	0.41	0.43	Bas pour dames et fillettes	10
0.23	0.27	0.24	0.32	0.51	0.60	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.25	0.28	0.26	0.34	0.29	0.32	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.20	0.22	0.21	0.30	0.42	0.43	Vêtements pour hommes	13
0.28	0.29	0.25	0.35	0.66	0.64	Articles d'habillement pour hommes	14
0.47	0.28	0.24	0.30	0.50	0.59	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.22	0.24	0.20	0.27	0.32	0.37	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.90	1.50	1.41	1.62	2.26	2.34	Produits alimentaires et connexes	17
0.22	0.21	0.20	0.20	0.42	0.52	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
0.28	0.22	0.21	0.24	0.54	0.58	Appareils et fournitures photographiques	19
0.21	0.22	0.21	0.21	0.16	0.14	Tissus à la pièce	20
0.26	0.26	0.23	0.25	0.32	0.31	Literie et linge de maison	21
0.16	0.23	0.20	0.21	0.25	0.29	Menus articles	22
0.13	0.16	0.13	0.21	0.36	0.39	Porcelaine et verrerie	23
0.25	0.27	0.31	0.36	0.22	0.23	Revêtements de plancher	24
0.22	0.23	0.24	0.25	0.25	0.23	Tentures, rideaux et housses	25
0.12	0.12	0.13	0.16	0.30	0.32	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.30	0.34	0.38	0.35	0.29	0.26	Meubles	27
0.73	0.80	0.82	0.81	0.86	0.71	Gros appareils ménagers	28
0.35	0.38	0.33	0.35	0.56	0.54	Téléviseurs, radios et musique	29
0.22	0.20	0.21	0.25	0.45	0.46	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
0.19	0.17	0.19	0.21	0.30	0.26	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.35	0.36	0.41	0.39	0.36	0.36	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
0.17	0.19	0.15	0.21	0.50	0.52	Bijouterie	33
0.11	0.10	0.14	0.28	0.63	0.64	Jouets et jeux	34
0.18	0.16	0.14	0.18	0.35	0.34	Articles de sport et valises	35
0.25	0.24	0.16	0.26	0.46	0.46	Papeterie, livres et revues	36
0.27	0.27	0.36	0.43	0.33	0.38	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
52.59	57.36	64.23	81.46	92.66	115.53	Repas et casse-croûtes	38
1.78	2.22	4.23	6.69	6.06	2.36	Services et travaux de réparation	39
0.56	0.41	0.44	0.46	0.98	0.77	Tous autres rayons	40
0.29	0.28	0.27	0.32	0.47	0.48	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1983-1985

TABLEAU 28. Comptes à recevoir(1), non désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985

Month	1983	1984	1985	Change from previous month	Change 1985/1984
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1985/1984
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,666,708	1,808,015	1,989,953	-7.6	+10.1
February - Février	1,598,345	1,714,843	1,898,511	-4.6	+10.7
March - Mars	1,565,461	1,695,173	1,884,093	-0.8	+11.1
April - Avril	1,582,875	1,709,386	1,897,041	+0.7	+11.0
May - Mai	1,591,140	1,708,247	1,897,723	--	+11.1
June - Juin	1,585,200	1,719,376	1,887,639	-0.5	+9.8
July - Juillet	1,553,254	1,695,008	1,874,327	-0.7	+10.6
August - Août	1,542,394	1,689,630	1,888,254	+0.7	+11.8
September - Septembre	1,591,826	1,746,901	1,952,986	+3.4	+11.8
October - Octobre	1,631,976	1,799,732	2,010,107	+2.9	+11.7
November - Novembre	1,702,704	1,892,038	2,138,267	+6.4	+13.0
December - Décembre	1,887,032	2,152,727	2,396,596	+12.1	+11.3

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985

TABLEAU 29. Comptes à recevoir(1), désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985

Month	1983	1984	1985	Change from previous month	Change 1985/1984
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1985/1984
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,582.0	1,716.0	1,888.0	-0.6	+10.0
February - Février	1,601.0	1,658.0	1,902.0	+0.7	+14.7
March - Mars	1,591.0	1,721.0	1,911.0	+0.5	+11.0
April - Avril	1,607.0	1,733.0	1,921.0	+0.5	+10.8
May - Mai	1,623.0	1,741.0	1,932.0	+0.6	+11.0
June - Juin	1,631.0	1,766.0	1,941.0	+0.5	+9.9
July - Juillet	1,632.0	1,779.0	1,969.0	+1.4	+10.7
August - Août	1,631.0	1,789.0	1,999.0	+1.5	+11.7
September - Septembre	1,638.0	1,801.0	2,016.0	+0.9	+11.9
October - Octobre	1,653.0	1,825.0	2,040.0	+1.2	+11.8
November - Novembre	1,661.0	1,848.0	2,081.0 <sup>r</sup>	+2.0 <sup>r</sup>	+12.6 <sup>r</sup>
December - Décembre	1,665.0	1,900.0	2,102.0 <sup>p</sup>	+1.0 <sup>p</sup>	+10.6 <sup>p</sup>

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 30. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1983-1985

TABLEAU 30. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1983-1985

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		\$'000	%	\$'000	%
<b>1983:</b>					
January - Janvier	206.6	623,021	+3.8	301,559	-0.2
February - Février	213.2	603,808	+4.5	283,212	+0.3
March - Mars	211.9	787,544	+13.5	371,658	+9.3
April - Avril	215.4	775,226	-1.7	359,901	-5.3
May - Mai	215.8	842,133	+3.5	390,238	--
June - Juin	214.9	920,150	+16.3	428,176	+12.3
July - Juillet	212.9	813,746	+6.5	382,220	+2.9
August - Août	213.8	850,885	+9.7	397,982	+6.3
September - Septembre	211.1	922,067	+7.1	436,792	+4.1
October - Octobre	214.3	922,014	+7.3	430,245	+4.2
November - Novembre	215.1	1,138,763	+6.1	529,411	+3.0
December - Décembre	213.6	1,731,121	+7.6	810,450	+5.0
Year - Année	213.4	10,930,478	+7.1	5,121,844	+3.6
<b>1984:</b>					
January - Janvier	214.3	649,626	+4.3	303,139	+0.5
February - Février	218.7	659,594	+9.2	301,598	+6.5
March - Mars	217.1	806,999	+2.5	371,718	--
April - Avril	220.4	843,022	+8.7	382,496	+6.3
May - Mai	222.0	930,389	+10.5	419,094	+7.4
June - Juin	220.1	941,728	+2.3	427,864	-0.1
July - Juillet	218.4	806,592	-0.9	369,319	-3.4
August - Août	218.9	872,423	+2.5	398,549	+0.1
September - Septembre	215.2	947,365	+2.7	440,225	+0.8
October - Octobre	220.0	957,060	+3.8	435,027	+1.1
November - Novembre	220.5	1,254,292	+10.1	568,840	+7.4
December - Décembre	218.0	1,715,800	-0.9	787,064	-2.9
Year - Année	218.7	11,384,890	+4.2	5,204,933	+1.6
<b>1985:</b>					
January - Janvier	219.9	692,108	+6.5	314,738	+3.8
February - Février	220.5	647,065	-1.9	293,454	-2.7
March - Mars	222.6	849,077	+5.2	381,436	+2.6
April - Avril	224.6	901,404	+6.9	401,337	+4.9
May - Mai	227.7	990,625	+6.5	435,057	+3.8
June - Juin	225.8	928,157	-1.4	411,053	-3.9
July - Juillet	224.1	875,654	+8.6	390,743	+5.8
August - Août	222.2	979,945	+12.3	441,019	+10.7
September - Septembre	221.3	964,843	+1.8	435,989	-1.0
October - Octobre	224.0	1,032,253	+7.9	460,827	+5.9
November - Novembre	225.4	1,360,177	+8.4	603,450	+6.1
December - Décembre	223.5	1,835,418	+7.0	821,216	+4.3
Year - Année	223.7	12,056,726	+5.9	5,390,319	+3.6

TABLE 31. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1985 and 1986

No.	Department	Sales - Combined seasonal and trading day factors			
		Ventes - Coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux			
		MCD in December	November <sup>T</sup>	December <sup>P</sup>	January(1) 1986
		MDC en décembre	Novembre <sup>T</sup>	Décembre <sup>P</sup>	Janvier(1) 1986
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	6	110.30	135.87	55.53
2	Women's and misses' coats and suits	8	174.07	135.52	77.93
3	Women's and misses' sportswear	4	115.60	141.46	59.92
4	Furs	12	240.23	231.39	161.27
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	119.58	150.34	74.62
6	Girls' and teenage girls' wear	5	129.13	144.02	50.71
7	Lingerie and women's sleepwear	4	145.12	239.53	59.50
8	Intimate apparel	4	102.72	134.16	80.59
9	Millinery	9	211.45	231.42	81.29
10	Women's and girls' hosiery	4	121.70	158.80	81.47
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	166.41	238.97	59.52
12	Women's, misses' and children's footwear	6	138.63	124.28	59.13
13	Men's clothing	4	153.71	196.83	60.26
14	Men's furnishings	5	148.22	245.13	55.55
15	Boys' clothing and furnishings	6	128.01	176.59	57.09
16	Men's and boys' footwear	6	140.41	151.78	61.26
17	Food and kindred products	4	124.59	138.73	86.57
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	121.42	220.48	77.79
19	Photographic equipment and supplies	4	120.32	224.36	69.85
20	Piece goods	6	128.54	95.46	81.22
21	Linens and domestics	3	113.75	155.75	105.92
22	Smallwares and notions	4	122.43	146.18	106.56
23	China and glassware	5	147.59	266.96	56.44
24	Floor coverings	5	129.78	98.80	79.47
25	Draperies, curtains and furniture coverings	4	118.17	115.57	70.60
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	146.69	221.14	73.34
27	Furniture	5	105.61	95.37	94.09
28	Major appliances	5	114.43	116.60	91.10
29	Television, radio and music	5	131.33	199.92	82.96
30	Housewares and small electrical appliances	3	131.18	216.68	70.91
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	108.74	129.24	69.93
32	Plumbing, heating and building materials	5	108.65	115.61	75.96
33	Jewellery	3	136.46	289.30	48.27
34	Toys and games	5	221.37	329.09	40.97
35	Sporting goods and luggage	3	105.26	179.01	71.61
36	Stationery, books and magazines	4	138.20	229.01	72.05
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	134.36	130.01	82.16
38	Meals and lunches	3	117.06	146.70	89.13
39	Repairs and services	6	135.59	124.26	89.05
40	All other departments	5	104.25	165.67	73.38
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	129.92	175.23	74.03

(1) Seasonal and trading day factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the Appendix IV.

(2) Seasonal factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the Appendix IV.

TABLEAU 31. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1985 et 1986

Stocks - Seasonal factors

Stocks - Coefficients de corrections des variations saisonnières

				Rayon	
MCD in December	November <sup>F</sup>	December <sup>P</sup>	January(2) 1986		
MDC en décembre	Novembre <sup>F</sup>	Décembre <sup>P</sup>	Janvier(2) 1986		
3	114.38	88.29	85.45	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
4	121.72	85.79	78.73	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
3	119.89	89.17	83.38	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
5	123.12	103.06	95.33	Fourrures	4
4	105.99	98.18	82.22	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4	112.29	76.90	71.53	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
4	151.30	87.06	84.42	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3	114.60	105.10	107.12	Sous-vêtements	8
5	183.26	151.03	97.50	Chapeaux	9
4	114.67	97.99	91.57	Bas pour dames et fillettes	10
3	145.09	93.57	89.32	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
3	100.63	92.40	84.89	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
5	121.77	95.52	72.81	Vêtements pour hommes	13
3	130.63	85.09	83.89	Articles d'habillement pour hommes	14
4	109.93	85.00	92.35	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
4	109.88	90.58	86.51	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	...	...	...	Produits alimentaires et connexes	17
4	127.14	94.41	109.09	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
4	112.89	86.40	98.69	Appareils et fournitures photographiques	19
4	111.03	103.27	83.82	Tissus à la pièce	20
3	107.97	107.13	92.79	Literie et linge de maison	21
4	97.48	108.01	88.73	Menus articles	22
3	114.75	115.80	86.70	Porcelaine et verrerie	23
3	93.46	113.60	98.85	Revêtements de plancher	24
3	102.49	103.37	100.78	Tentures, rideaux et housses	25
4	115.14	86.26	89.88	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3	94.95	116.58	93.25	Meubles	27
4	110.68	108.45	98.63	Gros appareils ménagers	28
3	117.06	101.83	92.71	Téléviseurs, radios et musique	29
3	118.45	88.14	99.29	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
3	102.36	97.18	87.94	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
5	106.24	133.28	95.78	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
3	127.07	94.66	95.07	Bijouterie	33
4	131.27	66.01	81.57	Jouets et jeux	34
4	111.54	91.74	81.04	Articles de sport et valises	35
3	124.89	86.89	90.87	Papeterie, livres et revues	36
5	99.42	121.91	97.22	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...	...	...	...	Repas et casse-croûtes	38
4	95.69	92.91	95.31	Services et travaux de réparation	39
5	125.18	82.15	80.97	Tous autres rayons	40
...	...	...	...	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Prévision des coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV.

(2) Prévision des coefficients de corrections des variations saisonnières. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV.





## APPENDICES



## Appendix I

### DEFINITIONS

#### Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

#### Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics and sells the following general lines of merchandise:

**Family clothing and apparel.** This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least six of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

**Furniture, appliance and home furnishings.** This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least four of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

## Appendice I

### DÉFINITIONS

#### Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et des services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

#### Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes et vend les catégories de marchandises suivantes:

**Vêtements pour la famille.** Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Note:** Le magasin doit tenir au moins six des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent se faire dans le groupe de vêtements pour la famille.

**Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.** Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine et verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; gros appareils, téléviseurs, radios et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Note:** Le magasin doit tenir au moins quatre des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

**All other (miscellaneous).** This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, **such as:** toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

### Total Net Sales and Receipts

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

### Stocks

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

### Accounts Receivable

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

### Junior Department Store

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

**Tous autres articles (divers).** Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, **telles que:** articles de toilette, cosmétiques et médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

### Ventes et recettes nettes totales

Les ventes et recettes nettes totales sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

### Stocks

Les stocks englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

### Comptes à recevoir

Par comptes à recevoir on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

### Grand magasin populaire

Les grands magasins populaires sont définis comme étant des points de vente au détail qui offrent la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.



## Appendix II

### METHODOLOGY

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The **monthly stock values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The **monthly accounts receivable values**, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

## Appendice II

### MÉTHODOLOGIE

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le **chiffre des stocks mensuels par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le **chiffre des comptes à recevoir mensuel** pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtés retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.



## Appendix III

### DATA RELIABILITY

#### Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

**Coverage error.** This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

**Data response error.** This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

**Non-response error.** Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

**Processing error.** These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

## Appendice III

### FIABILITÉ DES DONNÉES

#### Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

**Le champ couvert par l'enquête.** L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

**La réponse.** Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un interviewer à l'autre dans le mode de communication retenu, lorsqu'il s'agit d'expliquer des questions et d'interpréter des réponses.

**La non-réponse.** Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables et encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

**Le traitement.** L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

### Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the response rate is based on (1) **the survey unit** - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) **the organizational unit** - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example,

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. En ce qui concerne les estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreurs. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

### Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) **les unités d'enquête** - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) **les unités organisationnelles** - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'enquête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins.



a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte des deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1985

December

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1985

Décembre

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	99.0	94.4	99.9
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	55.6	87.3
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	38.9	63.0
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	100.0	100.0





## Appendix IV

### SEASONAL ADJUSTMENT

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time." (1) In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal (variations) and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method (2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these

(1) "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," **Canadian Statistical Review**, August 1974.

(2) For further information see the **X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

## Appendice IV

### DÉSAISONNALISATION

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps (1)". L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI (2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et retrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la **Revue statistique du Canada**, août 1974.

(2) Pour plus ample information voir **La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, N° 12-564F au catalogue, hors série.

operations have been repeated several times.(3) These procedures, used to determine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are, since May 1983, executed every month instead of once a year. This permits us to update each month the reference series from which we derive the final estimations of the seasonal factors with the previous month's revised data.

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.(3) The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Commencing with March 1984, the Canada seasonally adjusted total is now derived "indirectly" by the summation of the 40 individually seasonally adjusted departments. Previously, this total was derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly".(4) Also in March 1984, the **end-point seasonal adjustment** method was adopted. For the period May 1983 to February 1984, a modified version of the "end-point seasonal adjustment" method, employing a

lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises(3). Ces étapes déterminant les facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales, sont depuis mai 1983, exécutées à chaque mois au lieu d'une seule fois par an. Il nous est donc possible de mettre à jour mensuellement les séries de référence desquelles on dérive les estimations finales des facteurs saisonniers, en employant les données les plus récentes disponibles.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois à dominance cyclique, ou MDC(3). Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, il s'agit de la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Depuis mars 1984, le total désaisonné au niveau du Canada est dérivé de "façon indirecte" en faisant la somme des 40 rayons désaisonnés séparément au préalable. Auparavant, ce total était obtenu en désaisonnant de "façon directe" les données brutes du total, au niveau du Canada(4). De plus, la **désaisonnalisation interpolative** a été adoptée en mars 1984. Pour la période s'échelonnant de mai 1983 à février 1984, on a utilisé une version modifiée de la désaisonnalisation interpolative, employant une prévision

(3) See Table 31.

(4) Refer to: Lothian, J. and Morry, M. (1977): The Problem of Aggregation; Direct or Indirect, Ottawa: Seasonal Adjustment and Time Series Analysis Division, Statistics Canada.

(3) Voir tableau 31.

(4) Consulter: Lothian, J. et Morry, M. (1977): Aggrégation directe ou indirecte, Ottawa, Division des séries chronologiques, de la recherche et de l'analyse, Statistique Canada.



projected factor for the current month only, was utilized. Prior to May 1983, seasonally adjusted data were derived on a monthly basis by employing projected seasonal factors (forecasted one year in advance) calculated once a year.

## REVISION PROCEDURES

Due to the fact that statistical surveys are subject to different type of errors (as described previously in this section) and that to obtain a 100% response rate each month under a data collection program by mail would prove to be very difficult (almost impossible sometimes) and costly, results must be revised on an ongoing basis as new information is received, enabling us to update our statistical series accordingly.

Revisions of two different types are made in regard to the Department Store Sales and Stocks Survey: **the first relates to the way data are gathered while the second results from the seasonal adjustment procedures.** In the first type of revision, corrections apply only to the previous year data. They are conducted after the end of the year and, consequently, the revised figures are published in the March issue of the following year of the present bulletin. The second type of revisions are both monthly and annual. In the case of the monthly revisions, the corrected figures for the current month (June for example), are published in the following month issue of the present catalogue (July), while the annual revisions are published once a year in the March issue.

Generally, revised data are indicated with an "r" beside the name of the month to which they apply, in order to inform the user of these changes.

## CONSTANT DOLLAR ESTIMATES

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Table 30), estimates of sales by department group are deflated by the Industry Measures and Analysis Division of Statistics Canada using a commodity breakdown originally based on the 1974 commodity survey and the relevant Consumer Price Indexes. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

du facteur de désaisonnalisation pour le mois courant seulement. Avant mai 1983, les données désaisonnalisées étaient dérivées sur une base mensuelle, à l'aide de prévisions (une année à l'avance) des facteurs saisonniers calculés une fois par année.

## PROCÉDURES DE RÉVISION

Puisque les enquêtes statistiques sont sujettes à différents types d'erreurs (telles qu'explicitées précédemment dans cette section) et qu'il serait très coûteux et difficile (pratiquement impossible parfois) d'atteindre, à partir d'un programme de collecte de données par la poste, un taux de réponse de 100%, il faut donc réviser les résultats sur une base régulière afin de mettre à jour les séries statistiques en décaissant, à mesure que de nouvelles informations nous sont transmises.

On compte donc des révisions de deux types en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins: **les premières sont liées à la façon dont les données sont produites tandis que les secondes résultent de la procédure de désaisonnalisation.** Les révisions du premier type ne se rapportent qu'aux seules données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les révisions du deuxième type sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas de celles mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (soit juin par exemple) sont ajoutées à la publication du mois suivant (juillet) tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une fois l'an, dans le bulletin de mars.

En général, on avise l'utilisateur de ces changements, en inscrivant un "r" à côté du nom du mois auquel on applique des révisions.

## ESTIMATIONS EN DOLLARS CONSTANTS

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau 30), les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées par la Division des mesures et de l'analyse de l'industrie de Statistique Canada, au moyen d'une ventilation par produit basée originalement sur l'enquête de 1974 sur les marchandises et au moyen des indices des prix à la consommation appropriés. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

## NUMBER OF SHOPPING DAYS

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

## NOMBRE DE JOURS COMMERCIAUX

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif II donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

TEXT TABLE II. Number of Shopping Days, by Month, 1984 and 1985

TABLEAU EXPLICATIF II. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1984 et 1985

	1985		1984	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	26	4	26	4
February - Février	24	4	25	4
March - Mars	26	5	27	5
April - Avril	25	4	24	4
May - Mai	26	4	26	4
June - Juin	25	5	26	5
July - Juillet	26	4	26	4
August - Août	26	5	26	4
September - Septembre	24	4	24	5
October - Octobre	26	4	26	4
November - Novembre	26	5	26	4
December - Décembre	25	4	25	5



DATA CONFIDENTIALITY

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business.<sup>(5)</sup> The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld on this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information from **selected regions** (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential, form. For example, in many cases the data for the Northwest Territories and the Yukon are included with the British Columbia data.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

EXPLANATORY NOTES

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e. those in operation in both of the periods being compared.

<sup>(5)</sup> See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de cette dernière<sup>(5)</sup>. Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un X aux différents postes visés dans la publication.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) **pour certaines régions** (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple dans bien des cas, les données relatives aux Territoires du Nord-Ouest et du Yukon sont incluses avec celles de la Colombie-Britannique.

Ainsi, par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement en fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

<sup>(5)</sup> Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.

The **stock-sales ratios**(6) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The **sales-stock ratios**(7) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The **metropolitan areas** are census metropolitan areas.

The **commodity reference list**, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

**Revisions** to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

---

(6) See Table 26.

(7) See Table 27.

On obtient les **ratios stocks-ventes**(6) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les **ratios ventes-stocks**(7) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les **régions métropolitaines** correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La **liste de référence des marchandises**, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les **chiffres révisés** des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

---

(6) Voir tableau 26.

(7) Voir tableau 27.

## Appendix VI - Appendice VI

### LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

#### MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland  
Baine Johnstone & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 4100, St. John's, Newfoundland  
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario (Closed July 1984 - Fermée juillet 1984)  
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario  
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario(1)  
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island  
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon(2)  
Hougens Watson Lake 84, Box 97, Watson Lake, Yukon(2)  
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec  
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario(2)  
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan  
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec  
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario (Closed February 1983 - Fermée février 1983)  
Robinson Ogilvy Inc., 18 James St., Hamilton, Ontario  
Simpsons Ltd., 176 Yonge St., Toronto, Ontario  
Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario  
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario  
Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

#### JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario  
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario (Closed January 1984 - Fermée janvier 1984)  
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec  
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario  
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario(2)  
Zeller's Ltd., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

- (1) Goudies Ltd. has been reclassified to the "Family Clothing" trade group as of January 1, 1985.  
(1) Goudies Ltd. est reclassifié au groupe des magasins de "Vêtements pour famille" depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1985.  
(2) All department stores in the Yukon and Northwest Territories have been reclassified to the "General Merchandise" trade group as of January 1, 1985.  
(2) Tous les grands magasins du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest sont reclassifiés à d'autres genres de commerce du groupe des magasins de "Marchandises diverses" depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1985.

## SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Industry Division in the Retail Trade sector.

### Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M., Bil. 55 pages. First Issue, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Department Store Sales by Region. Advance Release. M., Bil. 1 page. First Issue, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Retail Trade. M., Bil. Approx. 85 pages. First Issue, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M., Bil. Approx. 25 pages. First Issue, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Merchandising Inventories. M., Bil. 30 pages. First Issue, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Retail Chain and Department stores. A., Bil. Approx. 100 pages. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).
- 63-213 Vending Machine Operators. A., Bil. 45 pages. First Issue, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 Direct Selling Canada. A., Bil. 25 pages. First Issue, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Campus Book Stores. A., Bil. Approx. 35 pages. First Issue, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Market Research Handbook. A., Bil. 700 pages. First Issue, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)

## CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division de l'industrie.

### Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M., Bil. 55 pages. Premier numéro, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M., Bil. 1 page. Premier numéro, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Commerce de détail. M., Bil. Environ 85 pages. Premier numéro, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M., Bil. Environ 25 pages. Premier numéro, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Stocks commerciaux. M., Bil. 30 pages. Premier numéro, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A., Bil. Environ 100 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).
- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A., Bil. 45 pages. Premier numéro, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 La vente directe au Canada. A., Bil. 25 pages. Premier numéro, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Librairies de campus. A., Bil. Environ 35 pages. Premier numéro, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A., Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)

Operating Results - Retail Trade. O., Bil.  
60 pages. First Issue, 1974.

### Catalogue

63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1981

63-606 Retail Shoe Stores, 1977

63-607 Retail Drug Stores, 1981

63-608 Retail Florists, 1981

63-609 Retail Jewellery Stores, 1981

63-610 Retail Hardware Stores, 1980

63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980

63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A. - Annual Bil. - Bilingual  
O. - Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada \$5.00, Other Countries \$6.00.

Résultats d'exploitation - Commerce de détail.  
H.S., Bil. 60 pages. Premier numéro, 1974.

### Catalogue

63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1981

63-606 Magasins de vente au détail de chaussures,  
1977

63-607 Pharmacies au détail, 1981

63-608 Fleuristes détaillants, 1981

63-609 Bijouteries au détail, 1981

63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie,  
1980

63-611 Magasins de vente au détail de vêtements  
pour dames, 1980

63-612 Magasins de vente au détail de vêtements  
pour la famille, 1980

M. - Mensuel A. - Annuel Bil. - Bilingue  
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Nº 11-204F, prix Canada \$5.00, Autres pays \$6.00.























JUL 16 1986



